

Mémoire sur le projet de Politique de développement culturel 2025-2030 de la Ville de Montréal

Présenté à la Commission sur la culture, le patrimoine et les sports

NOVEMBRE 2024



TABLE DES MATIERES

1. Introduction : Tourisme Montréal et ses orientations stratégiques.....	1
1.1 Pas de tourisme sans culture	1
2. Le Montréal culturel en 2030	3
3. Le tourisme culturel : Accroître la valeur de la destination par la culture	4
3.1 Les festivals et événements comme carte de visite	5
3.2 L'histoire de Montréal : La mise en valeur du patrimoine montréalais	8
3.3 Les quartiers culturels et pôles touristiques	10
3.4 L'importance du tourisme autochtone	13
3.5 L'impact des installations artistiques et de l'art public	14
3.6 Montréal et son identité culinaire	15
4. La culture pour le développement d'une destination harmonieuse	16
5. Pour un leadership fort en culture	17
6. Conclusion.....	18
Bibliographie	20

1. Introduction : Tourisme Montréal et ses orientations stratégiques

Fondé en 1919, Tourisme Montréal est un organisme à but non lucratif privé rassemblant désormais près de 1 000 membres et partenaires autour d'un même objectif : continuer de faire de Montréal une destination touristique de choix, tant pour les visiteurs nationaux qu'internationaux, tout en maximisant les retombées économiques et sociales découlant des activités touristiques qui rythment la métropole.

Acteur essentiel dans la gestion et le développement de la destination, Tourisme Montréal joue un rôle prépondérant dans le développement économique et culturel de la région métropolitaine, notamment en veillant à l'essor et à la prospérité de l'industrie touristique montréalaise. Pour ce faire, l'organisation a d'ailleurs adopté quatre grandes orientations stratégiques pour 2024-2026 qui viennent préciser et consolider son rôle ainsi que les actions à entreprendre pour l'atteinte d'une croissance durable et le maintien de l'attractivité de la destination¹:

1. Renforcer le rayonnement et l'attractivité de la destination et de son offre;
2. Propulser l'offre d'événements d'affaires et sportifs;
3. Fédérer l'écosystème montréalais dans le développement d'une destination harmonieuse;
4. Mobiliser et rallier le personnel, les partenaires, les membres et la population autour d'une vision commune.

Depuis maintenant plus d'un siècle, Tourisme Montréal travaille à réunir les forces vives du tourisme montréalais en s'occupant de l'accueil des visiteurs ainsi que de la promotion et du développement de la destination. L'expertise acquise et les efforts déployés par l'organisation ont permis à Montréal de se présenter comme la métropole culturelle du Canada et comme une destination touristique de calibre international. Aujourd'hui, grâce à la conviction que la destination possède un potentiel et un charme incomparable permettant d'attirer et de séduire les voyageurs d'ici et d'ailleurs, Montréal se positionne comme un immense terrain de jeu.

1.1 Pas de tourisme sans culture

Historiquement et depuis des années déjà, Tourisme Montréal fait de la culture l'un de ses secteurs prioritaires et s'implique dans ce milieu de diverses façons :

- **1998** : Création d'un premier Programme d'aide aux événements, dont une grande majorité des événements sont issus du secteur culturel;

¹ (Tourisme Montréal, 2024)

- **1999** : Début de la démarche en tourisme culturel en collaboration avec la Ville de Montréal;
- **2001** : Création du Festival Montréal en lumière, une initiative de Tourisme Montréal;
- **2003** : Début du Comité instigateur pour la création du Quartier des spectacles et Tourisme Montréal à la présidence du Partenariat du Quartier des spectacles (PQDS);
- **2007** : Tenue du « Rendez-vous novembre 2007 – Montréal, métropole culturelle », grand colloque qui visait, entre autres, à stimuler le tourisme culturel et à développer, en ce sens, une stratégie de tourisme culturel;
- **2014** : Lancement du Plan de développement du tourisme culturel à Montréal (2014-2017), réalisé en collaboration avec la Ville de Montréal et le ministère de la Culture et des Communications, dans le cadre de l'entente sur le développement culturel de Montréal en 2012-2015;
- **2018** : Lancement du nouveau plan stratégique de Tourisme Montréal dans lequel l'organisation souligne son passage d'un office de tourisme essentiellement marketing à une organisation de gestion de la destination (OGD). De ce plan a découlé la création du département de développement de la destination ainsi que des investissements majeurs en développement de « produits » culturels, dont des murales et des œuvres d'art public;
- **2021** : Publication d'une première plateforme électorale dans laquelle Tourisme Montréal se positionne sur plusieurs enjeux culturels. Ce document sera d'ailleurs cité dans le cadre de ce mémoire et constitue un document de référence pour les prises de position publiques de l'organisation.
- **2024** : Participation au Forum sur les arts vivants et la culture de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain lors d'une présentation sur l'importance du secteur culturel, notamment du secteur événementiel culturel, et annonce d'une enveloppe de trois millions de dollars pour soutenir la performance des festivals et événements culturels montréalais.

À la lumière de ces informations, il est juste d'affirmer que la synergie entre les secteurs culturel et touristique ne date pas d'hier. En mai 2024, Tourisme Montréal prenait également position sur l'importance de la culture en tourisme par le biais d'une lettre ouverte dans laquelle l'organisation souligne l'important rôle que joue la culture dans l'expérience touristique : la culture constitue un pilier fondamental de l'expérience touristique montréalaise puis les arts et la culture contribuent de façon cruciale au dynamisme de Montréal². À cet effet, près de 40 % des visiteurs découvrant Montréal pour la première fois choisissent cette destination en raison de la variété de l'offre culturelle ainsi que de ses activités, festivals et événements uniques³. Ce pourcentage s'élève à 46 % pour les visiteurs ayant déjà visité la métropole par le passé, ce qui témoigne de l'importance du secteur culturel comme facteur de choix pour la destination⁴.

² (Lalumière & Maillé, 2024)

³ (Léger pour Tourisme Montréal, 2024, p. 18)

⁴ (Léger pour Tourisme Montréal, 2024, p. 18)

Nul doute, le caractère francophone, la vitalité ainsi que le secteur culturel de la ville sont des éléments de différenciation qui nous distinguent et nous permettent de nous positionner comme une importante métropole culturelle. Néanmoins, la culture ne se contente pas de convaincre les visiteurs de visiter Montréal puis de bonifier leur expérience une fois sur place ; elle est également un important moteur économique ainsi qu'un élément clé de l'identité montréalaise. Rappelons-le, en choisissant de venir à Montréal pour sa culture, les touristes génèrent des revenus et des retombées économiques. De ce fait, il existe une sorte de cercle vertueux, une relation vitale et mutuellement bénéfique ainsi qu'une forte interdépendance entre la culture et le tourisme.

Certes, notre vitalité culturelle permet d'alimenter le tourisme, mais le tourisme permet également de soutenir la culture montréalaise. Plus simplement dit, la culture a besoin du tourisme et le tourisme a besoin de la culture⁵. Il est donc primordial, dans la future Politique de développement culturel, la synergie existante entre ces deux secteurs afin qu'ils continuent de s'enrichir mutuellement et de contribuer à l'attractivité de la destination.

2. Le Montréal culturel en 2030

Tourisme Montréal est un partenaire historique de la démarche culturelle de la Ville de Montréal et contribue, par ses actions passées et présentes, au secteur culturel montréalais. Bien que l'organisation se réjouisse de l'intention de la Ville de poursuivre cette collaboration, elle s'étonne toutefois de ne pas retrouver de mention relative au tourisme culturel ainsi qu'à l'importance de la contribution des visiteurs au secteur culturel au sein de la politique. La vision du projet de politique écarte également la notion de visiteur ou de rayonnement international.

« En 2030, les arts, la culture et le patrimoine ont renforcé le tissu social montréalais. Partout, dans tous les milieux de vie, ils reflètent notre diversité, notre richesse collective. Véritables connecteurs, ils jouent un rôle direct dans l'épanouissement, le rapprochement et la résilience des communautés ainsi que dans l'amélioration de la qualité de vie des Montréalaises et des Montréalais.

En 2030, les arts, la culture et le patrimoine sont des vecteurs de changement et de développement pour Montréal. La créativité, la collaboration et l'expérimentation sont au cœur des actions de la Ville pour relever les nombreux défis sociaux, climatiques et économiques auxquels elle fait face.

En 2030, Montréal a su réunir ses partenaires autour d'une vision commune d'une métropole culturelle francophone forte, rassembleuse et orientée vers l'avenir.⁶ »

⁵ (Tourisme Montréal, 2017, p. 15)

⁶ (Ville de Montréal, 2024, p. 20)

Tourisme Montréal adhère à une vision qui porte Montréal comme destination de haut calibre culturel. Considérant que le tourisme culturel contribue fortement à la renommée de notre métropole, le rayonnement international de Montréal à titre de métropole culturelle ainsi que la notion de visiteur devraient être intégrés à la vision de la Politique de développement culturel. Comme mentionné précédemment, le secteur de la culture est essentiellement ce qui différencie Montréal de toute autre métropole en Amérique du Nord, en plus de son caractère francophone. Pour cette raison, la vision présentée devrait faire référence au positionnement de Montréal sur l'échiquier mondial de la culture puis faire référence à ce sentiment de fierté issu de ces éléments qui permettent de nous distinguer.

Recommandation

🔍 Inclure à la vision de la Politique de développement culturel la notion de rayonnement international, issu de la vitalité culturelle montréalaise, et y reconnaître l'apport des visiteurs.

3. Le tourisme culturel : Accroître la valeur de la destination par la culture

En 2014, les grands principes du tourisme culturel ont été entérinés par Tourisme Montréal et ses partenaires, dont la Ville de Montréal, dans les stratégies et actions du Plan de développement du tourisme culturel à Montréal 2014-2017. Ce dernier soulignait notamment que le tourisme culturel est reconnu comme levier de développement économique, mais fait aussi partie intégrante du positionnement de « Montréal, métropole culturelle » et permet de promouvoir un développement respectueux qui favorise les principes du développement durable⁷. Ce plan soutenait aussi que ce type de tourisme propose une offre quatre saisons en plus de mettre en valeur les multiples cultures présentes à Montréal, et ainsi tirer profit de l'ouverture sur le monde de la ville⁸.

La Politique vise notamment à renforcer l'identité culturelle montréalaise, mais aussi à favoriser et à assurer la durabilité et l'inclusion. Ces grands principes du tourisme culturel reflètent en plusieurs points les orientations du projet de Politique de développement culturel en appuyant directement l'importance d'une métropole culturelle forte et vibrante. L'intégration du tourisme culturel à la Politique est donc non seulement naturelle, mais souhaitable.

Par ailleurs, l'objectif 13 du projet de Politique fait directement référence à la mobilisation des partenaires du développement culturel. Eu égard à ce qui précède, et considérant l'existence d'une importante synergie et interdépendance entre le tourisme et la culture,

⁷ (Tourisme Montréal, 2014, p. 6)

⁸ (Tourisme Montréal, 2014, p. 6)

Tourisme Montréal souhaite que le tourisme culturel soit intégré aux discussions portant sur la culture et que celui-ci soit reconnu comme un élément clé de la future politique.

Recommandation

📌 Inclure à la Politique de développement culturel la notion de tourisme culturel comme un facteur clé et un vecteur puissant pour le développement culturel de la métropole puis reconnaître l'importance de l'économie du visiteur comme un levier pour le secteur montréalais de la culture.

Les secteurs culturel et touristique étant fondamentalement liés, l'organisation réitère aussi son intérêt à faire partie de la conversation puis à s'engager à développer et mettre en œuvre la Politique de développement culturel, en mettant à profit son expertise et son réseau touristique.

3.1 Les festivals et événements comme carte de visite

Pour Tourisme Montréal, les festivals et événements sont, aux côtés de la gastronomie et du bien-être urbain, l'un des trois piliers de l'expérience touristique montréalaise. Ils font partie intégrante de l'ADN de Montréal puis contribuent fortement au rayonnement de la destination en donnant vie à cette effervescence culturelle si caractéristique et distinctive de notre métropole.

Depuis le début des années 80, on dénote une augmentation continue du nombre de festivals et événements au sein de Montréal et, aujourd'hui, la ville accueille plus de 110 festivals qui génèrent plus de 4,5 millions d'entrées à des spectacles non tarifés⁹. De plus, en matière de développement culturel et économique, l'apport des festivals et événements est indéniable : dans une récente consultation menée par Tourisme Montréal, avec le soutien de Léger ainsi que du Quartier des spectacles, 78% des festivaliers sondés ont affirmé avoir effectué au moins une dépense lors de leur séjour/visite dans la métropole, à l'occasion de leur participation à un événement ou un festival se tenant au Quartier des spectacles¹⁰. Les festivals et événements ont donc des effets multiplicateurs d'un point de vue économique et constituent une réelle carte de visite pour la découverte de Montréal ainsi que de ses attraits.

Les festivals et événements sont devenus un élément fondamental du positionnement de Montréal en tant que ville festive et métropole culturelle et c'est pourquoi, dans son plan stratégique 2024-2026, Tourisme Montréal entend continuer de faire la promotion des festivals et événements afin d'attirer de nouveaux visiteurs dans la métropole¹¹. Néanmoins,

⁹ (Volume 10 pour Tourisme Montréal, 2024, p. 12)

¹⁰ (Léger pour Tourisme Montréal et le Partenariat du Quartier des spectacles, 2024, p. 9)

¹¹ (Tourisme Montréal, 2024, p. 12)

afin de pouvoir continuer à en faire la promotion, encore faut-il s'assurer que les conditions actuelles et futures sont propices au maintien et au développement de ces manifestations culturelles. Par ailleurs, dans son mémoire portant sur le projet de Politique de la vie nocturne montréalaise, Tourisme Montréal émettait déjà trois pistes de recommandation également pertinentes dans une optique de développement culturel¹² :

- Intégrer les festivals et événements, à titre de partenaire clé de la vie nocturne à Montréal, à la politique et à sa mise en œuvre ;
- Octroyer des autorisations ponctuelles ou permanentes, grâce à un processus normatif simple, aux entités souhaitant prolonger légèrement leurs activités dans des zones adaptées, spécifiques et isolées, permettant de générer des revenus autonomes ;
- Permettre la mise en place des mesures concrètes favorisant et facilitant la prolongation desdites activités, pour les événements souhaitant s'en prévaloir et se déroulant dans des zones spécifiques, isolées et adaptées.

Tourisme Montréal salue d'ailleurs l'adoption récente de la nouvelle Politique de la vie nocturne montréalaise et se réjouit de l'intégration à celle-ci de plusieurs recommandations émises par les différents acteurs du milieu.

Malheureusement, les festivals et événements font actuellement face à des enjeux de financement grandissants, d'autant plus que des enjeux de développement urbains peuvent également compromettre le maintien et le développement de ces derniers. C'est particulièrement le cas au centre-ville, important pôle touristique de la métropole et vibrant lieu d'accueil d'une foule d'événements et festivals. Grâce à une étude menée en 2024 par Tourisme Montréal et s'intitulant *Un nouveau souffle pour l'effervescence de la métropole - De plus grandes ambitions pour Montréal*, il a été possible de constater que le Quartier des spectacles comporte, depuis son aménagement, 50% moins d'espaces pour les manifestations culturelles¹³. Dès lors, il importe de protéger les espaces publics ainsi que leur vocation événementielle et, comme le mentionnait Tourisme Montréal dans son mémoire portant sur le futur Plan d'urbanisme et de mobilité de la Ville, de prévoir des mesures propres aux manifestations culturelles et à l'usage des espaces publics à ces fins afin de réellement renforcer et maintenir l'attractivité du territoire sur le plan culturel¹⁴. Pour l'avenir, il sera primordial de veiller à ce que les choix faits ne constituent pas un frein à la croissance des grands événements ; il faudra mettre en place des conditions favorisant l'essor du milieu culturel et événementiel, comme la consolidation d'un usage mixte de sites stratégiques, tels que le Quartier des spectacles et le Parc Jean-Drapeau¹⁵.

¹² (Tourisme Montréal, 2024, p. 4)

¹³ (Volume 10 pour Tourisme Montréal, 2024, p. 14)

¹⁴ (Tourisme Montréal, 2024, p. 13)

¹⁵ (Tourisme Montréal, 2021, p. 18)

À cet enjeu s'ajoutent également des défis liés à la diminution du potentiel de commandites en raison de la réduction des espaces disponibles ainsi qu'à des normes d'affichage et de visibilité contraignantes¹⁶. Ainsi, la diminution des espaces pouvant accueillir des festivals et événements se traduit d'office par une réduction du nombre de produits à commanditer entraînant par le fait même une réduction des revenus en commandites¹⁷. Toujours dans cette même étude, il est mentionné que les normes d'affichage actuelles restreignent la taille des logos commerciaux, notamment par rapport à la taille de ceux des festivals ou de la Ville, compliquant et limitant ainsi l'action puis le potentiel de revenus de commandites¹⁸. Pour ces raisons, Tourisme Montréal est d'avis qu'il faut aligner les politiques et réglementations de la Ville puis adopter une posture agile afin d'encourager l'obtention de commandites privées pour les festivals et événements¹⁹.

Recommandations

🔍 Simplifier l'accès au financement, sans se limiter à la refonte des programmes d'aide financière existants, en adoptant une posture agile et en alignant les politiques ainsi que la réglementation de façon à encourager l'obtention de commandites privées pour les festivals et événement.

🔍 Au-delà de simplifier l'accès au financement, la politique doit se donner les moyens de ses ambitions et se doter d'une vision financière pour atteindre ses objectifs.

Comme le soulignait Tourisme Montréal dans son mémoire relatif au projet de Politique de vie nocturne et comme mentionné dans la stratégie hivernale concertée élaborée par le Partenariat du Quartier des spectacles, en collaboration avec d'importantes parties prenantes, la métropole peut aussi compter sur de nombreux acquis en dehors de la période estivale : l'hiver n'est pas une saison à négliger et, avec l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie touristique hivernale, Montréal se positionne comme une ville unique au monde²⁰. L'hiver montréalais marque assurément l'esprit de nos visiteurs et constitue un produit d'appel étroitement lié à la culture. Grâce aux événements tels qu'Igloofest et Montréal en lumière, aux traditions et célébrations des Fêtes, mais aussi grâce aux nombreuses activités culturelles et sportives auxquelles il est possible de participer au fil de l'hiver, cette saison contribue fortement au rayonnement de la destination.

Tourisme Montréal soutient donc l'objectif 9 du projet de Politique et accueillera favorablement les mesures permettant d'exploiter notre nordicité de façon à faire vivre la culture à travers l'hiver montréalais et ainsi stimuler le tourisme en faisant de la métropole

¹⁶ (Volume 10 pour Tourisme Montréal, 2024, p. 14)

¹⁷ (Volume 10 pour Tourisme Montréal, 2024, p. 14)

¹⁸ (Volume 10 pour Tourisme Montréal, 2024, p. 14)

¹⁹ (Volume 10 pour Tourisme Montréal, 2024, p. 30)

²⁰ (Tourisme Montréal, 2024, p. 5)

un lieu accueillant tant pour les résidents que les visiteurs et ce, été comme hiver. À ce sujet, l'organisation souhaite que la future Politique de développement culturel, tout comme la stratégie hivernale concertée, présente l'hiver comme un atout de grande valeur ainsi qu'un moyen permettant de faire rayonner la destination²¹. Afin que soit développé un produit hivernal fort et consolidé par la collaboration et la mise en place d'une stratégie touristique hivernale montréalaise adéquate, Tourisme Montréal recommande aussi un arrimage entre la Politique de développement culturel, la stratégie hivernale d'animation et d'attraction urbaine puis la stratégie hivernale concertée du Partenariat du Quartier des spectacles, ce qui permettra de développer de façon cohérente la trame culturelle hivernale au centre-ville.

Sur la question de la vie nocturne, Tourisme Montréal soutenait également que l'offre touristique nocturne, tout comme l'offre hivernale, pouvait être bonifiée par des projets de mise en lumière²². Dans un précédent mémoire, l'organisation recommandait alors d'arrimer la mise en œuvre d'un plan lumière au déploiement de la Politique de la vie nocturne montréalaise puis de soutenir sa mise en œuvre, plus particulièrement dans la zone de vitalité nocturne que sont les rues Sainte-Catherine, Saint-Laurent et Saint-Denis²³. Tourisme Montréal est toujours d'avis qu'il est nécessaire de procéder à l'activation d'un plan lumière et croit qu'il serait bénéfique d'arrimer la Politique de développement culturel à celui-ci, notamment afin de renforcer le positionnement de « Montréal en hiver » s'articulant autour de la lumière²⁴, mais aussi afin de renforcer l'image nocturne de la ville grâce à une signature lumière propre au centre-ville²⁵.

Recommandation

🔗 Arrimer la future Politique de développement culturel ainsi que la stratégie hivernale d'animation et d'attraction urbaine à la stratégie hivernale concertée du Partenariat du Quartier des spectacles ainsi qu'au plan lumière du Quartier des spectacles.

3.2 L'histoire de Montréal : La mise en valeur du patrimoine montréalais

Bien entendu, le patrimoine de Montréal, qui se veut riche et diversifié, constitue un pilier de la culture et de l'identité montréalaise. À la lecture des objectifs 1 et 4, Tourisme Montréal s'est donc vu ravie de constater l'intention de la Ville de conserver et mettre en valeur le patrimoine bâti existant. L'organisation est aussi d'avis qu'il est essentiel de mettre en place des mesures visant la protection et la préservation du patrimoine afin d'en assurer la pérennité. Le patrimoine, qu'il soit naturel, culturel ou bâti, est un ensemble de biens

²¹ (Partenariat du Quartier des Spectacles, 2023, p. 26)

²² (Tourisme Montréal, 2024, p. 6)

²³ (Tourisme Montréal, 2024, p. 6)

²⁴ (Partenariat du Quartier des Spectacles, 2023, p. 10)

²⁵ (Tourisme Montréal, 2024, p. 6)

communs devant être protégés et mis en valeur ; ils constituent les assises du passé de la ville et plongent les visiteurs au cœur d'un riche héritage culturel commun. La Ville reconnaissant la valeur culturelle et identitaire, mais aussi sociale et environnementale du patrimoine, il est alors souhaitable que celle-ci veille à la mise en place de réelles mesures visant sa préservation et sa mise en valeur²⁶.

Parallèlement, malgré la reconnaissance de l'importance du patrimoine ainsi que de la richesse de l'histoire de Montréal, les actions suggérées au projet de Politique de développement culturel s'avèrent particulièrement larges et visent davantage le bâti. Si Tourisme Montréal accueille favorablement les mesures visant la préservation de nos prestigieux édifices, de nos rues emblématiques et de nos quartiers historiques, l'organisation souhaite tout de même que la Ville intègre la question de la valorisation de l'histoire de Montréal et intègre à la Politique une stratégie de mise en valeur de l'histoire. L'histoire précède le patrimoine et n'est pas que locale ; elle possède le potentiel d'attirer des millions de visiteurs à travers le monde²⁷. C'est pourquoi la Ville, en collaboration avec les partenaires culturels existants, devrait lancer, porter et concrétiser une stratégie de mise en valeur de l'histoire de Montréal²⁸. La métropole recèle de ressources, qu'il s'agisse de musées, d'universités ou encore de sociétés d'histoire, mais une stratégie globale à court, moyen et long terme axée sur la mise en valeur de l'histoire de la ville et de sa trame urbaine historique est toujours manquante²⁹.

Dans cette même lignée, le Vieux-Montréal est un bijou patrimonial et historique qui joue un rôle crucial dans le paysage culturel et historique de Montréal. Avec ses bâtiments emblématiques, ses rues pavées et son ambiance pittoresque, ce secteur est un véritable musée à ciel ouvert qui rassemble les fondations de la ville ainsi que de nombreux points d'intérêt. Pour Tourisme Montréal, dans le but de mettre en valeur l'histoire et le patrimoine de la métropole, il est essentiel de préserver son patrimoine culturel et bâti ainsi que son identité puis, ses atouts permettant de créer une atmosphère et une expérience similaire à celle pouvant être vécue en Europe, il est primordial de mettre de l'avant cet héritage et de le reconnaître dans la future politique. De plus, étant un point d'attraction majeur, il serait judicieux de rehausser l'expérience globale et de déambulation des visiteurs en assurant l'intégration d'une signalisation adéquate ainsi qu'un bon référencement des lieux culturels et historiques, mais aussi en renforçant, grâce à une vision stratégique urbaine consolidée du Vieux-Montréal, les liens existants entre les repères emblématiques ainsi qu'entre les institutions muséales, culturelles et religieuses qui se trouvent sur le territoire³⁰.

²⁶ (Tourisme Montréal, 2024, p. 9)

²⁷ (Tourisme Montréal, 2024, p. 9)

²⁸ (Tourisme Montréal, 2021, p. 21)

²⁹ (Tourisme Montréal, 2021, p. 21)

³⁰ (Tourisme Montréal, 2024, p. 15)

Recommandation

📌 Porter et concrétiser une stratégie globale à court, moyen et long terme axée sur la mise en valeur de l'histoire de Montréal.

3.3 Les quartiers culturels et pôles touristiques

Au fil des années se sont développés au sein de Montréal divers quartiers et districts qui sont désormais devenus d'importantes zones touristiques. Ces dernières, que Tourisme Montréal reconnaît comme des quartiers culturels, correspondent à des zones possédant leur propre histoire et patrimoine ainsi qu'une identité de lieu qui leur est propre. Ensemble, ces quartiers et leur diversité constituent une importante vitrine pour la culture et l'identité montréalaise en plus de correspondre à d'importants pôles touristiques et culturels. Parmi ceux-ci, on retrouve notamment le Quartier latin, le Quartier chinois, la Petite Italie, le Petit Maghreb et le Petit Portugal. En revanche, malgré leur richesse culturelle ainsi que leurs caractéristiques distinctives, le projet de Politique de développement culturel ne prévoit aucune disposition propre à ces différents quartiers montréalais. Toutefois, Tourisme Montréal est toujours convaincue que l'expérience à destination doit permettre aux visiteurs de vivre une immersion au sein d'une vie culturelle urbaine intense et omniprésente³¹. C'est en permettant de ressentir la présence de la culture et de l'histoire sous toutes ses formes, et partout à travers la ville, que les visiteurs pourront réellement comprendre et vivre l'essence de la métropole, de ses gens et de son rythme³².

Comme recommandé dans son mémoire sur le PUM 2050, l'organisation aimerait que soit ajoutée à la Politique de développement culturel la reconnaissance de ces quartiers et qu'y soient incluses des mesures concrètes permettant de protéger et mettre en valeur leurs caractéristiques iconiques de façon à pouvoir assurer la conservation de leurs particularités urbaines et, par le fait même, de leur identité culturelle distinctive³³. La Ville devrait donc, par le biais de la prochaine Politique, fournir un encadrement pour la protection et la mise en valeur de ces quartiers, par exemple en y évoquant des actions visant la préservation de leur patrimoine bâti et culturel, mais visant également la reconnaissance et mise en valeur de leur histoire et de leurs composantes identitaires, telle que la mise en place de parcours d'intérêt historique.

³¹ (Tourisme Montréal, 2017, p. 10)

³² (Tourisme Montréal, 2017, p. 10)

³³ (Tourisme Montréal, 2024, p. 16)

Recommandation

📌 Intégrer à la Politique de développement culturel la reconnaissance des quartiers culturels listés par Tourisme Montréal et procéder à l'ajout de mesures qui permettront de veiller à la mise en valeur et à la conservation de leur identité culturelle propre et distinctive.

Bien évidemment, d'autres secteurs revêtent un potentiel intéressant pour le développement culturel et touristique, mais dans certains cas, un travail de consolidation et de planification doit être effectué. À cet effet, Tourisme Montréal insistait, dans sa Plateforme électorale, sur l'importance de poursuivre le développement et l'amélioration des pôles récréotouristiques³⁴.

D'une part, l'Est de Montréal, et plus spécifiquement le secteur du Quartier olympique et d'Espace pour la vie, est un véritable pôle récréotouristique possédant une force d'attraction considérable puisqu'il allie culture, sport et éducation. En plus de constituer un repère visuel, cet espace possède déjà des qualités culturelles, patrimoniales et paysagères qui lui confèrent un caractère emblématique contribuant au rayonnement de la destination. Cependant, afin de renforcer et consolider la vocation touristique et culturelle du secteur, il est nécessaire d'entamer une réflexion sur la structuration de l'offre et Tourisme Montréal croit qu'il serait bénéfique de favoriser l'implantation de services complémentaires à même le secteur, ainsi que dans les quartiers environnants, afin de bonifier son dynamisme³⁵.

D'autre part, le secteur Bridge-Bonaventure bénéficie d'un emplacement privilégié et abrite un important patrimoine industriel qui témoigne également de l'histoire de la métropole et qui, afin de conserver la richesse et la singularité de l'esprit des lieux, gagne à être valorisé. Afin d'intégrer davantage la culture et le tourisme culturel au secteur et d'exploiter son potentiel récréatif, Tourisme Montréal recommande et encourage toujours quelques initiatives, à savoir la création de circuits patrimoniaux dans des lieux stratégiques du secteur, la préservation du patrimoine industriel et des vues vers les éléments identitaires montréalais, tels que le silo no. 5 et l'enseigne Farine Five Roses, mais aussi la mise en valeur du patrimoine bâti et paysager de la Cité du Havre³⁶. De plus, dans un contexte de développement culturel et touristique, la Pointe-du-Moulin, qui est le prolongement naturel du Vieux-Montréal et du Vieux-Port, constitue un atout significatif pour le secteur puisqu'on pourrait y voir naître un important pôle culturel, s'articulant par exemple autour du silo no. 5, en procédant à la requalification et de la reconversion des lieux industriels à des fins culturelles³⁷. Dans l'ensemble, Bridge-Bonaventure est un site fort intéressant pour le développement d'un nouvel écosystème d'activités, d'où la nécessité d'en prévoir adéquatement la planification et le développement. Tourisme Montréal recommande une

³⁴ (Tourisme Montréal, 2021, p. 19)

³⁵ (Tourisme Montréal, 2024, p. 17)

³⁶ (Tourisme Montréal, 2023, p. 8)

³⁷ (Tourisme Montréal, 2024, p. 19)

meilleure intégration de la planification touristique et culturelle de ce secteur à la Politique de développement culturel et croit qu'il sera judicieux de fournir un encadrement adéquat ainsi que des balises claires pour le secteur afin d'éviter que le territoire soit bâti de façon non harmonieuse puis afin de garantir le renforcement, la réhabilitation ainsi que la mise en valeur du patrimoine et des sites culturels qu'on y retrouve de façon cohérente avec les atouts culturels des secteurs environnants.

Recommandation

🔍 Veiller à poursuivre le développement et l'amélioration des pôles touristiques et culturels en portant une attention particulière aux éléments leur conférant un caractère emblématique et en assurant une planification adéquate de ces territoires, c'est-à-dire propice à la protection et à la mise en valeur de leurs composantes culturelles.

Pour finir, Tourisme Montréal souhaite réitérer l'importance de ne pas négliger et de protéger les territoires et espaces qui sont critiques pour la culture, plus précisément le centre-ville et le Quartier des spectacles ainsi que le Parc Jean-Drapeau. Le projet de politique présenté reconnaît que, pour garder le centre-ville attrayant et vivant, le dynamisme artistique et culturel est essentiel et déterminant³⁸. L'organisation est donc favorable aux mesures qui permettront de conserver les acquis du territoire, notamment en ce qui a trait au Quartier des spectacles. Si la Ville souhaite renforcer son titre de ville de festivals ainsi que l'attractivité du centre-ville par la présence d'événements, il lui appartient, en collaboration avec les partenaires concernés, de veiller à ce que les espaces de diffusion culturelle et du domaine public disponibles pour la tenue de ceux-ci ne soient pas réduits. Le Quartier des spectacles est également un véritable cœur culturel et constitue un secteur d'opportunité incroyable pour le maintien du titre de ville de festivals³⁹ ; il importe alors de veiller au maintien de conditions et d'un climat favorable à la création d'opportunités pouvant par la suite être saisies. Il incombe également à la Ville de Montréal de s'assurer que les conditions matérielles et logistiques nécessaires au maintien et au développement de manifestations culturelles soient satisfaites, sans toutefois s'opposer au développement de zones stratégiques clés, plus précisément celles du Quartier des spectacles et du Parc Jean-Drapeau⁴⁰.

Effectivement, de son côté, le Parc Jean-Drapeau correspond aussi à une zone stratégique pour le développement et le maintien de grands festivals ainsi qu'à un actif touristique de grande valeur. Lieu marquant de l'histoire de Montréal et véritable joyau vert, le Parc Jean-Drapeau offre actuellement une programmation très diversifiée reposant sur une grande variété d'activités culturelles, sportives et récréatives. Il est reconnu pour la diversité des expériences individuelles et collectives qu'il offre en rapport avec la nature, les paysages,

³⁸ (Ville de Montréal, 2024, p. 48)

³⁹ (Tourisme Montréal, 2024, p. 20)

⁴⁰ (Tourisme Montréal, 2021, p. 18)

l'histoire, la culture et le sport puis les valeurs patrimoniales qui lui sont reconnues contribuent à l'identité et à la singularité du lieu⁴¹. Effectivement, comme mentionné dans le Plan directeur de conservation, d'aménagement et de développement du Parc Jean-Drapeau 2020-2030, « les traces, les récits, les monuments et les aménagements sont autant d'éléments et de symboles qui font des parcs urbains des paysages culturels.⁴² » Ces éléments identitaires, valeurs et atouts doivent donc être protégés afin d'assurer la pérennité du patrimoine du Parc Jean-Drapeau et ce territoire, comme le centre-ville de Montréal, devrait être reconnu dans la Politique comme un haut lieu culturel favorisant la vitalité et le rayonnement de Montréal.

Recommandations

- ✓ Veiller à ce que les espaces de diffusion culturelle et du domaine public disponibles pour la tenue d'événements ne soient pas réduits.
- ✓ Assurer les conditions matérielles et logistiques nécessaires au maintien et au développement de manifestations culturelles.
- ✓ Au même titre que le centre-ville et le Quartier des spectacles, reconnaître la valeur patrimoniale et culturelle élevée du Parc Jean-Drapeau puis intégrer à la Politique de développement culturel ce territoire en tant qu'acteur clé pour le maintien d'une métropole culturelle forte et vibrante.

3.4 L'importance du tourisme autochtone

En termes de tourisme culturel et de développement harmonieux de la destination, Tourisme Montréal appuie le projet d'Ambassade culturelle et touristique des nations autochtones sur la Pointe-du-Moulin. Comme le soutenait Tourisme Montréal dans son mémoire sur le Plan directeur de mise en valeur du secteur Bridge-Bonaventure, à Montréal, les enjeux historiques et contemporains des relations avec les Premières Nations nécessitent un dialogue, une reconnaissance et une mise en valeur accrues. Pourtant, malgré cette réalité et l'importance des communautés autochtones, il n'existe pas de site d'envergure témoignant des réalités autochtones à Montréal⁴³.

Un tel projet participe à la création, la diffusion, la production et la reconstruction des cultures des Peuples autochtones et offre aux Montréalais ainsi qu'aux visiteurs la possibilité de se réconcilier par l'échange et la découverte de l'autre. Il permet également de faire

⁴¹ (Société du parc Jean-Drapeau, 2023)

⁴² (Société du parc Jean-Drapeau, 2023, p. 41)

⁴³ (Tourisme Montréal, 2023, p. 7)

rayonner les arts et les cultures à travers le monde tout en marquant la trame urbaine de Montréal par une architecture autochtone de calibre international⁴⁴.

À l'échelle de la planète, le tourisme autochtone est en forte croissance en raison de son histoire, de sa diversité et de son unicité pour chaque communauté. Tourisme Montréal réitère donc son appui au projet, mené par Tourisme Autochtone Québec.

Recommandation

✓ Accueillir et appuyer le projet stratégique d'Ambassade culturelle et touristique des nations autochtones sur la Pointe-du-Moulin.

3.5 L'impact des installations artistiques et de l'art public

Il va de soi que l'art public transforme nos espaces urbains en lieux de culture vivante et rend les lieux publics plus accueillants et esthétiquement plaisants. À Montréal, l'art urbain est un attrait touristique majeur permettant de démocratiser la culture et offrant une opportunité de rencontre entre les créateurs ainsi que les citoyens et visiteurs⁴⁵. Tourisme Montréal se réjouit donc de constater que la Ville prévoit continuer de mobiliser des efforts afin de restaurer et mettre en valeur les œuvres d'art existantes, mais aussi afin de bonifier sa collection et d'intégrer davantage l'art aux projets de développement urbain. Afin de rehausser l'expérience des visiteurs grâce à la création d'un cadre urbain créatif, Tourisme Montréal encourage la poursuite d'initiatives telles qu'Art Public Montréal et recommande également que la Ville intègre davantage l'art public à l'aménagement des entrées de ville. La Ville de Montréal doit également s'assurer d'instaurer une vision intégrée pour le développement de l'art mural et de l'art public, en misant sur une diversité, mais aussi une harmonie dans le choix des projets sur l'ensemble du territoire.

Par ailleurs, les projets de mise en lumière et d'illumination sont également une excellente façon de mettre en valeur des projets artistiques, tels que des murales, en plus de bonifier les conditions d'accueil des visiteurs en rendant la métropole plus confortable et sécuritaire une fois la nuit tombée. La lumière est à la fois créatrice d'ambiance, une composante architecturale et même un spectacle ; elle devient un élément signature et c'est pourquoi il faut en assurer l'intégration à une approche plus globale à titre de composante essentielle pour les projets de développement et d'aménagement urbain. La mise en lumière, qui à la base consiste simplement à s'assurer qu'un éclairage suffisant est en place à l'année et à toute heure de journée, joue un rôle de premier plan pour l'attractivité et la vitalité de la destination et de ses quartiers⁴⁶. Le déploiement d'un plan lumière visant l'intégration d'une scénographie lumineuse à travers le territoire montréalais permettraient non seulement de

⁴⁴ (Tourisme Montréal, 2021, p. 16)

⁴⁵ (Tourisme Montréal, 2021, p. 20)

⁴⁶ (Tourisme Montréal, 2021, p. 19)

renforcer le positionnement de l'ensemble de Montréal comme une ville lumière en Amérique du Nord, mais aussi d'agrémenter le paysage culturel et nocturne de la ville en y mettant en évidence des éléments de la culture montréalaise grâce à l'illumination. Pour ces raisons, Tourisme Montréal renouvelle son souhait de doter Montréal d'un plan lumière intégré et espère que la Ville s'engagera à réaliser et mettre en œuvre ledit plan.

Recommandations

✓ Faire de l'art public un élément de positionnement de Montréal en poursuivant les efforts et les investissements en matière d'art public puis en mettant sur pied un plan d'action pour l'aménagement des entrées de ville et de quartiers auquel seront prévues des mesures et interventions propres à l'intégration de l'art public à ces secteurs.

✓ Doter Montréal d'un plan lumière s'arrimant avec la Politique de la vie nocturne montréalaise, la future Politique de développement culturel, mais aussi le Plan d'urbanisme et de mobilité 2050 afin de consolider le positionnement de Montréal comme une ville lumière en Amérique du Nord.

3.6 Montréal et son identité culinaire

Tourisme Montréal est également d'avis que la gastronomie montréalaise contribue favorablement au positionnement de Montréal comme métropole culturelle. La gastronomie est un pilier important de l'expérience à destination et constitue incontestablement la réputation internationale de la métropole. La qualité et la diversité de l'offre culinaire sont devenues une source de fierté et un attrait majeur pour Montréal, qui possède le potentiel de devenir la capitale nord-américaine de la gastronomie⁴⁷. La gastronomie montréalaise est audacieuse, créative et surprenante. À Tourisme Montréal, nous considérons que « l'aspect festif de la scène gastronomique s'ancre dans une joie de vivre caractéristique de la population québécoise et montréalaise⁴⁸ ».

C'est pourquoi nous positionnons la gastronomie sous le sceau d'une scène culinaire généreuse qui célèbre l'inattendu. La gastronomie surprend nos visiteurs, se permet d'être créative et de sortir du cadre et valorise son terroir d'une façon qui transcende les attentes.

L'objectif 14 *Promouvoir et incarner Montréal, métropole culturelle francophone d'envergure internationale* fait naturellement écho à la mission de Tourisme Montréal. Or, la promotion de la destination passe non seulement par le développement culturel, mais aussi par l'essor et la richesse de la gastronomie montréalaise.

⁴⁷ (Tourisme Montréal, 2021, p. 22)

⁴⁸ Tourisme Montréal - Positionnement de l'offre gastronomique montréalaise

Tourisme Montréal recommande que la politique reflète davantage l'importance de ce secteur clé et demeure disponible pour contribuer à la réflexion quant au plan d'action prévu pour le secteur de la gastronomie.

Recommandations

✓ Valoriser l'identité culinaire montréalaise en positionnant plus amplement la gastronomie montréalaise comme un atout important dans la politique de développement culturel.

✓ Impliquer les partenaires clés dans le plan d'action concernant le secteur de la gastronomie.

4. La culture pour le développement d'une destination harmonieuse

Tourisme Montréal se positionne depuis plusieurs années pour le développement d'une destination harmonieuse. Nous croyons que le développement touristique et économique ne doit pas se faire au détriment de la qualité de vie de la population locale, mais y ajouter de la valeur en contribuant à la vitalité culturelle et sociale de la destination. En ce sens, Tourisme Montréal croit en une cohabitation harmonieuse, en une vision durable pour le développement culturel.

Tourisme Montréal est donc en faveur « d'une politique de développement culturel qui met en lumière l'importance de la culture pour la collectivité et la positionne comme un levier majeur de développement territorial durable⁴⁹ », tel qu'évoqué dans le projet de politique.

La politique de développement culturel évoque également un enjeu de financement pour le secteur culturel. Or, Tourisme Montréal souhaite inclure la culture dans la responsabilité sociale d'entreprise, où les critères ESG deviendraient ESCG. Cette prise de position s'aligne avec le Manifeste de Braga, approuvé le 2 juillet dernier par les Villes Créatives de l'UNESCO, dont Montréal fait partie. Le contenu « solidifie une vision commune d'intégrer la culture comme objectif autonome dans l'agenda de développement durable post-2030⁵⁰ ».

Dans un souci de cohérence, la Ville de Montréal pourrait prendre position favorablement par rapport à l'intégration de la culture dans les critères ESG dans sa politique de développement culturel. Cela contribuera à reconnaître le rôle de la culture dans le développement durable et dans le développement de la métropole, et, à terme, influencera un mouvement auprès du milieu des affaires à soutenir davantage le secteur culturel. Pour maximiser l'impact, la Ville

⁴⁹ (Ville de Montréal, 2024, p. 3)

⁵⁰ (UNESCO, 2024)

de Montréal pourrait, tout compte fait, exiger à ses fournisseurs d'intégrer la culture dans leurs pratiques ESG.

Recommandation

📌 Adopter une position favorable à l'intégration de la culture dans les critères et engagements ESG de la Politique de développement culturel.

5. Pour un leadership fort en culture

L'orientation 4 de la politique évoque la notion d'une métropole culturelle forte et vibrante. Pour une intégration, une collaboration et une concertation de tous les acteurs, une instance comme Montréal, métropole culturelle nous semble toute désignée. Cette instance pourrait également mener à la création d'un plan d'action pour la mise en œuvre de la Politique.

L'objectif de Montréal, métropole culturelle, qui était de « positionner Montréal comme grande métropole culturelle de calibre international », nous semble en tout point cohérent avec les recommandations de Tourisme Montréal évoquées dans ce mémoire. Le rayonnement, le positionnement international, et le développement d'une métropole culturelle comme carte de visite nous semblent des éléments prioritaires, dont la politique doit être le reflet.

Il va sans dire que la coopération entre les acteurs clés, dont Tourisme Montréal, est essentielle pour mener à terme une politique de développement culturel. Le dépôt de cette politique pourrait donc mener à la relance de Montréal, métropole culturelle, visant à donner une impulsion supplémentaire aux projets culturels, à mobiliser le milieu face aux enjeux de financement, et à développer une éventuelle feuille de route.

Recommandation

📌 Relancer une instance, comme l'a été Montréal, métropole culturelle, afin de favoriser une coopération et une concertation entre les joueurs clés du secteur, et travailler sur une feuille de route pour le développement culturel.

6. Conclusion

La richesse culturelle de Montréal contribue de façon remarquable à son rayonnement international ainsi qu'à l'attractivité de la destination. En plus d'être le moteur même du tourisme culturel, la culture est un important levier permettant d'accroître la valeur de la destination touristique⁵¹. Le tourisme et la culture sont donc deux secteurs qui s'alimentent mutuellement, et dont les synergies sont essentielles pour leur développement.

Tourisme Montréal est donc d'avis que la Politique de développement culturel de la Ville de Montréal pourrait être enrichie par la notion de tourisme culturel. **À cet effet, l'organisation évoque 18 recommandations qui soutiennent de développement culturel dans une perspective touristique, dont les bénéfices contribueront non seulement à l'expérience du visiteur, mais également et surtout aux résidents de Montréal dans une perspective de cohabitation harmonieuse :**

1. Inclure à la vision de la Politique de développement culturel la notion de rayonnement international, issu de la vitalité culturelle montréalaise, et y reconnaître l'apport des visiteurs.
2. Inclure à la Politique de développement culturel la notion de tourisme culturel comme un facteur clé et un vecteur puissant pour le développement culturel de la métropole puis reconnaître l'importance de l'économie du visiteur comme un levier pour le secteur montréalais de la culture.
3. Simplifier l'accès au financement, sans se limiter à la refonte des programmes d'aide financière existants, en adoptant une posture agile et en alignant les politiques ainsi que la réglementation de façon à encourager l'obtention de commandites privées pour les festivals et événement.
4. Au-delà de simplifier l'accès au financement, la politique doit se donner les moyens de ses ambitions et se doter d'une vision financière pour atteindre ses objectifs.
5. Arrimer la future Politique de développement culturel ainsi que la stratégie hivernale d'animation et d'attraction urbaine à la stratégie hivernale concertée du Partenariat du Quartier des spectacles ainsi qu'au plan lumière du Quartier des spectacles.
6. Porter et concrétiser une stratégie globale à court, moyen et long terme axée sur la mise en valeur de l'histoire de Montréal.
7. Intégrer à la Politique de développement culturel la reconnaissance des quartiers culturels listés par Tourisme Montréal et procéder à l'ajout de mesures qui permettront de veiller à la mise en valeur et à la conservation de leur identité culturelle propre et distinctive.
8. Veiller à poursuivre le développement et l'amélioration des pôles touristiques et culturels en portant une attention particulière aux éléments leur conférant un caractère emblématique et en assurant une planification adéquate de ces territoires, c'est-à-dire propice à la protection et à la mise en valeur de leurs composantes culturelles.

⁵¹ (Tourisme Montréal, 2014, p. 6)

9. Veiller à ce que les espaces de diffusion culturelle et du domaine public disponibles pour la tenue d'événements ne soient pas réduits.
10. Assurer les conditions matérielles et logistiques nécessaires au maintien et au développement de manifestations culturelles.
11. Au même titre que le centre-ville et le Quartier des spectacles, reconnaître la valeur patrimoniale et culturelle élevée du Parc Jean-Drapeau puis intégrer à la Politique de développement culturel ce territoire en tant qu'acteur clé pour le maintien d'une métropole culturelle forte et vibrante.
12. Accueillir et appuyer le projet stratégique d'Ambassade culturelle et touristique des nations autochtones sur la Pointe-du-Moulin.
13. Faire de l'art public un élément de positionnement de Montréal en poursuivant les efforts et les investissements en matière d'art public puis en mettant sur pied un plan d'action pour l'aménagement des entrées de ville et de quartiers auquel seront prévues des mesures et interventions propres à l'intégration de l'art public à ces secteurs.
14. Doter Montréal d'un plan lumière s'arrimant avec la Politique de la vie nocturne montréalaise, la future Politique de développement culturel, mais aussi le Plan d'urbanisme et de mobilité 2050 afin de consolider le positionnement de Montréal comme une ville lumière en Amérique du Nord.
15. Valoriser l'identité culinaire montréalaise en positionnant plus amplement la gastronomie montréalaise comme un atout important dans la politique de développement culturel.
16. Impliquer les partenaires clés dans le plan d'action concernant le secteur de la gastronomie.
17. Adopter une position favorable à l'intégration de la culture dans les critères et engagements ESG de la Politique de développement culturel.
18. Relancer une instance, comme l'a été Montréal, métropole culturelle, afin de favoriser une coopération et une concertation entre les joueurs clés du secteur, et travailler sur une feuille de route pour le développement culturel.

La Politique de développement culturel 2025-2030 de la Ville de Montréal représente une opportunité cruciale de solidifier et propulser l'identité culturelle de la métropole ainsi que son attractivité touristique. Afin de maintenir et d'accentuer le positionnement puis le rayonnement de Montréal comme une métropole culturelle, mais aussi de maintenir son pouvoir d'attraction et la qualité de l'expérience à destination, l'offre culturelle montréalaise doit être défendue, renouvelée et renforcée. Tourisme Montréal réitère donc sa pleine collaboration dans la mise en œuvre du projet de politique.

Bibliographie

- Lalumière, Y., & Maillé, N. (2024, mai). *Pas de tourisme sans culture !* Récupéré sur La Presse: <https://www.lapresse.ca/dialogue/opinions/2024-05-01/pas-de-tourisme-sans-culture.php>
- Léger pour Tourisme Montréal. (2024). *Sondage sur l'expérience touristique à Montréal - Résultats de 2023*. Montréal.
- Léger pour Tourisme Montréal et le Partenariat du Quartier des spectacles. (2024). *Étude des dépenses commerciales des festivaliers*. Montréal.
- Partenariat du Quartier des Spectacles. (2023). *Une stratégie hibernale concertée - Montréal 2023-2026*. Montréal.
- Société du parc Jean-Drapeau. (2023, mars 9). *Plan directeur de conservation, d'aménagement et de développement du parc Jean-Drapeau - Abrégé*. Récupéré sur Parc Jean-Drapeau: https://www.parcjeandrapeau.com/files/publications/plan_directeur_de_conservation_aménagement_developpement_2020_2030_parc_jean_drapeau_montreal_chapitre_1_etat_de_la_situation_et_demarche.pdf
- Tourisme Montréal. (2014). *Développement du Tourisme culturel à Montréal - Stratégies et actions 2014-2017*. Montréal.
- Tourisme Montréal. (2017, mars 17). *Mémoire dans le cadre de la consultation publique sur le projet de Politique de développement culturel 2017-2022*. Récupéré sur Ville de Montréal: https://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/COMMISSIONS_PERM_V2_FR/MEDIA/DOCUMENTS/MEMO_TOURISME_20170406.PDF
- Tourisme Montréal. (2021, septembre 13). *Plateforme de Tourisme Montréal : 24 opportunités pour le développement d'une destination touristique harmonieuse*. Récupéré sur Tourisme Montréal: <https://dam.mtl.org/includes/js/vendor/pdf/web/viewer.html?file=https%3A%2F%2F toolkit.mtl.org%2Fbynder%2Fmedia%2F51D9F7B8-F324-4CFF-9522815C17AD2701%2Fdownload%3Ffilename%3DPlateforme-Tourisme-Montr%C3%A9al%26extension%3Dpdf>
- Tourisme Montréal. (2023, juin 13). *Mémoire sur le Plan directeur de mise en valeur du secteur Bridge-Bonaventure*. Récupéré sur Tourisme Montréal: https://dam.mtl.org/includes/js/vendor/pdf/web/viewer.html?file=https%3A%2F%2F toolkit.mtl.org%2Fbynder%2Fmedia%2FF9F628E1-3055-4681-B3B8E3C0DD92236B%2Fdownload%3Ffilename%3D20230613_Me%CC%81moire-Tourisme-Montr%C3%A9al%26extension%3Dpdf
- Tourisme Montréal. (2024, avril 4). *Mémoire sur la Politique de la vie nocturne*. Récupéré sur Ville de Montréal:

https://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/COMMISSIONS_PERM_V2_FR/MEDIA/DOCUMENTS/M%C9MOIRE_TOURISME_NUIT_20240405.PDF

Tourisme Montréal. (2024). *Orientations stratégiques*. Récupéré sur Tourisme Montréal: <https://dam.mtl.org/m/4fdab852293ce367/original/Plan-strategique-2024-2026-publication-web.pdf>

Tourisme Montréal. (2024, septembre). *PUM 2050*. Récupéré sur Office de consultation publique de Montréal: https://ocpm.qc.ca/sites/default/files/pdf/P126/9-132_Tourisme%20Montre%CC%81al.pdf

UNESCO. (2024). *Les Villes créatives de l'UNESCO approuvent le Manifeste de Braga lors de la XVIe Conférence annuelle du Réseau*. Récupéré sur UNESCO: <https://www.unesco.org/fr/articles/les-villes-creatives-de-lunesco-approuvent-le-manifeste-de-braga-lors-de-la-xvie-conference-annuelle>

Ville de Montréal. (2024, Septembre). *Projet de Politique de développement culturel de Montréal 2025-2030*. Récupéré sur Ville de Montréal: https://ehq-production-canada.s3.ca-central-1.amazonaws.com/63e8c6e60d5427bb7e5854b39b5969136e74c73f/original/1726260173/da5800b3fecbcc110257d48bdb998542_Projet_PDC_2025-2030_13sept2024_VF.pdf?X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIA4KKNQAKI

Volume 10 pour Tourisme Montréal. (2024, Octobre). *Un nouveau souffle pour l'effervescence de la métropole - De plus grandes ambitions pour Montréal*. Montréal: Volume 10.