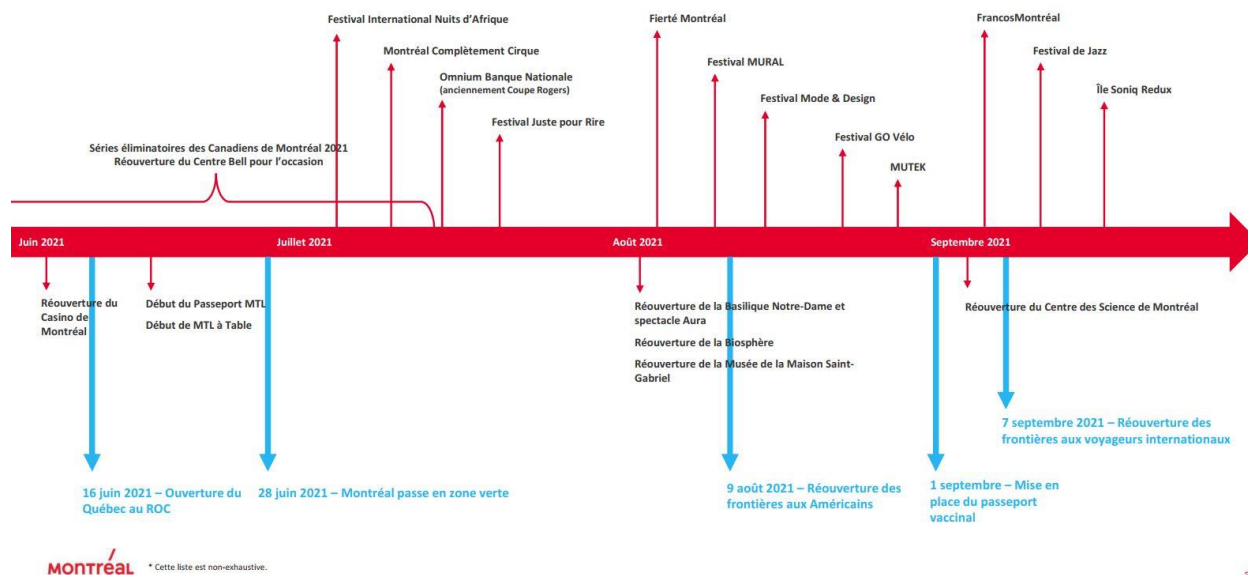


## Bilan touristique à Montréal : ça passe ou ça casse en 2022

**Montréal, le 21 octobre 2021** – Tourisme Montréal, organisme fédérant l'industrie touristique dans la métropole, dévoile son bilan pour la saison estivale 2021. Suivant un bilan 2020 calamiteux au cœur de la pandémie de COVID-19, les prévisions étaient meilleures pour 2021 alors que la campagne de vaccination battait son plein et les commerces pouvaient de nouveau accueillir des clients. Malgré une ouverture tardive des frontières canadiennes aux touristes américains et internationaux, l'été 2021 a dépassé les prévisions pour les entreprises du secteur. Toutefois, un constat s'impose : **sans grand changement en 2022, le tourisme n'est pas viable.**

Le tourisme montréalais connaissait ses meilleurs jours avant la pandémie en établissant de nouveaux records d'affluence année après année. La pandémie a freiné cet élan, mais la nature résiliente et le dynamisme du milieu touristique du Montréal, avec l'aide des gouvernements, ont permis de s'adapter pour maintenir les actifs stratégiques et développer de nouveaux projets structurants pour la destination. Toutefois, l'industrie touristique demeure l'un des secteurs économiques les plus affectés par la pandémie, particulièrement le tourisme d'affaires, et sa survie dépend toujours des mesures de soutien mises en place.

## Reprise de l'offre touristique à Montréal



Tourisme Montréal a fait sa part cet été en multipliant les campagnes et les initiatives pour susciter un achalandage accru dans les attraites et les commerces de la métropole. Se déployant à Montréal, au Québec, au Canada et aux États-Unis principalement, les campagnes « Aventurez-vous sur votre île », « Une île à visiter », « Island Getaway », « Take a EuRoad Trip » et « Allez-voir ailleurs, juste pour voir » ont attiré des touristes pour remplir les rues de la ville. L'offre de produits touristiques a été diversifiée avec le retour du Passeport MTL, les forfaits saveurs et découverte et le retour de MTLàTable. L'édition Hors Sentiers de MTLàTable était accompagnée

d'une campagne gastronomique et du Programme découvertes, en collaboration avec la Ville de Montréal, la Société des alcools du Québec, l'Association Restauration Québec et Banque Nationale.

L'équipe d'Événements d'affaires Montréal est très active pour attirer, reporter et retenir les réunions d'affaires et les congrès affectés par la pandémie. Élaboré avec les partenaires clés de l'industrie hôtelière de Montréal et le Palais des congrès, le Gage de paix d'esprit garantie et le Protocole sanitaire 720° permettent à ce que notre destination demeure en tête des palmarès d'événements internationaux en Amérique du Nord. Ces efforts concertés ont permis de conserver et reporter 53 congrès prévus dans la métropole entre mai et septembre 2021, représentant 59 515 délégués. Au total, ce sont 188 818 nuitées prévues entre octobre 2021 et septembre 2022 découlant de réunions d'affaires et de congrès confirmés.

Alors que notre industrie n'est pas encore tout à fait dans la relance économique, les investissements se multiplient pour maintenir et développer l'offre touristique montréalaise. Avec la participation financière du ministère du Tourisme du Québec, Tourisme Montréal a annoncé des investissements de près de 13 M\$ pour 12 projets d'envergure dans le cadre du Fonds de maintien des actifs stratégiques en tourisme et 16 projets dans le cadre de la mesure de Soutien aux intervenants en tourisme d'affaires et sportifs.

L'année 2022 est charnière pour la viabilité du secteur touristique. L'affluence des visiteurs internationaux et les mesures sanitaires à la frontière ont un impact majeur sur le tourisme d'agrément et sportif. Les restrictions en place pour le secteur des réunions d'affaires et des congrès, créneau d'excellence représentant le tiers des dépenses touristiques, doivent continuer de permettre d'attirer, de planifier et d'accueillir les événements internationaux. Le support des gouvernements doit être suffisant pour s'assurer que les entreprises touristiques survivent et s'adaptent pour offrir une expérience de qualité aux visiteurs. En résumé, les conditions doivent être en place en 2022 pour que l'industrie puisse aspirer aux performances de 2019, sans quoi la viabilité des entreprises du secteur touristique est remise en question.

« Après une saison estivale de misère en 2020, l'été 2021 a été encourageant pour l'industrie touristique montréalaise. Nos campagnes et nos produits touristiques portent leurs fruits puisque les citoyens et les voyageurs visitent en grand nombre notre destination. Les entreprises du milieu démontrent leur grande adaptabilité et leur résilience exemplaire en offrant des expériences renouvelées et sécuritaires. Je remercie les efforts de nos équipes, nos partenaires et des gouvernements pour soutenir le milieu touristique, qui continue d'être l'un des secteurs économiques les plus affectés par la pandémie. L'achalandage des attractions et le taux d'occupation des hôtels sont en forte hausse, mais sont encore loin des chiffres de 2019. Malgré ce bilan positif, force est de constater que sans de grands changements en 2022, le tourisme n'est pas viable dans les conditions actuelles. »

-Yves Lalumière, président-directeur général de Tourisme Montréal

Pour consulter le bilan touristique estival 2021 complet :

<https://dam.mtl.org/m/31797c6e4db067a/original/Bilan-touristique-de-l-ete-2021-a-Montreal.pdf>

### Faits saillants

- Taux d'occupation moyen des hôtels à 38,5%, en hausse de 22,7% par rapport à 2020 mais encore 47,5% de moins qu'en 2019<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Source : Association des Hôtels du Grand Montréal (AHGM)

- Hausse de 199,1% des touristes internationaux en juillet 2021 par rapport à juillet 2020, mais encore 92,5% en dessous de juillet 2019<sup>2</sup>
- Augmentation de 195,1% des passages à l'Aéroport de Montréal en juillet 2021 par rapport à juillet 2020, mais encore 75,2% en dessous de juillet 2019<sup>3</sup>
- Achalandage des attraits montréalais en juin 2021 en hausse de 16% du niveau de juin 2020, mais encore 75% en dessous du niveau de juin 2019<sup>4</sup>
- 8 900 Passeports MTL d'été vendus, générant 27 200 visites dans les attraits<sup>5</sup>
- Hausse des visites sur notre site web de 150% du 1<sup>er</sup> juin au 15 septembre 2021 par rapport à la même période en 2020, une baisse de seulement 20% par rapport à l'achalandage record de 2019<sup>6</sup>
- Report de 53 congrès entre mai et septembre 2021, représentant 59 515 délégués<sup>7</sup>

### **À propos de Tourisme Montréal**

Tourisme Montréal est un organisme privé sans but lucratif qui œuvre depuis 100 ans à faire la promotion de la métropole parmi les destinations de calibre international auprès des différents marchés du tourisme d'agrément et d'affaires. Fédérant près de 1000 entreprises œuvrant directement ou indirectement dans l'industrie du tourisme, Tourisme Montréal joue un rôle prépondérant dans la gestion et le développement de l'offre touristique montréalaise, ce qui l'amène à se prononcer sur les enjeux du développement économique, urbain et culturel de la métropole. Pour plus d'information, visitez le site [www.mtl.org](http://www.mtl.org).

- 30 -

### **Renseignements :**

Francis Bouchard  
Gestionnaire des communications corporatives et relations publiques  
Tourisme Montréal  
Tél. : 438 520-1210  
[fbouchard@mtl.org](mailto:fbouchard@mtl.org)

---

<sup>2</sup> Source : Statistique Canada

<sup>3</sup> Source : Aéroport Montréal-Trudeau

<sup>4</sup> Source : Tourisme Montréal

<sup>5</sup> Idem

<sup>6</sup> Idem

<sup>7</sup> Idem