

# Destination harmonieuse

Cadre d'intervention en tourisme durable

2022 - 2030



TOURISME /  
MONTREAL

# Mot du président-directeur général

Montréal, porte d'entrée des Amériques, est une destination touristique, culturelle et économique phare du continent. Elle a donc non seulement le devoir de se doter d'une stratégie de développement durable en matière de tourisme, mais pour cette raison bien précise, elle a le devoir d'ouvrir la marche et de faire rayonner l'excellence de son ambition et de sa ligne de conduite, ici et bien au-delà de ses frontières.

Le développement durable est pour Tourisme Montréal un impératif qui se doit d'être vaillamment et efficacement structuré, et davantage depuis les nombreuses prises de conscience collectives des dernières années.

Cette stratégie que vous vous apprêtez à consulter, minutieusement travaillée par notre équipe, veille d'abord et avant tout à s'inscrire dans l'esprit et la volonté de faire de Montréal une Destination Harmonieuse, un paradigme qui m'est très cher en matière de développement touristique. Notre démarche mise certes sur la prospérité économique de Montréal, mais elle le fait en tenant compte d'abord et avant tout de sa résilience, de sa durabilité et de la cohabitation harmonieuse régnant entre ses visiteurs et ses résidents.

Ce n'est donc pas sans raison que Montréal se classe au tout premier rang du classement nord-américain du *Global Destination Sustainability Index*, qui classe les différentes destinations touristiques mondiales en matière de développement durable. On ne naît pas chef de file. On le devient par l'exemplarité.



Je ne peux d'ailleurs passer sous silence mon immense fierté à l'égard de ce récent prix Mercure qu'a reçu Tourisme Montréal dans le cadre du prestigieux concours d'affaires des Mercuriades, organisé par la Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ), pour cette stratégie de développement durable. Cette récompense, tout comme notre classification GDS, sont les gages incontestables que notre démarche n'a pas été conçue au hasard des modes en matière de développement durable, mais qu'elle s'articule plutôt avec rigueur, en un habile mélange de réelle bienveillance, de croissance et de régénérescence. Notre façon bien montréalaise, bien à nous, de considérer et d'articuler le développement durable précède ces belles marques de reconnaissance, car c'est d'abord notre vision et nos actions qui nous propulsent au premier plan de cette route des palmarès.

Cette stratégie ne constitue par conséquent qu'une seule action parmi tant d'autres que nous avons prévues pour faire rayonner l'industrie de manière durable et responsable, en accord avec nos valeurs. Notre avenir touristique, culturel et économique ne peut emprunter une voie unique. Ce document n'est par conséquent qu'une des pièces du maillage que nous avons déjà commencé à instituer pour que l'avenir du tourisme montréalais soit radieux.

Montréal sera exceptionnelle, et elle le sera plus que jamais, car elle sera féconde, harmonieuse, responsable et durable. Nous nous y engageons. Je m'y engage personnellement.



**Yves Lalumière**  
Président-directeur général, Tourisme Montréal

# Table des matières

interactive



Contexte.....	5
Destination harmonieuse.....	6
Les objectifs de développement durable des Nations Unies.....	7
Méthodologie.....	8
Principaux constats.....	9
Stratégie et vision.....	10
Les piliers de la destination harmonieuse.....	10
<b>Favoriser l'adaptation des cultures d'entreprise du secteur touristique.....</b>	<b>11</b>
Orientations.....	12
Actions.....	13 - 15
<b>Favoriser une cohabitation harmonieuse de la population locale et des touristes.....</b>	<b>16</b>
Orientations.....	17
Actions.....	18 - 20
<b>Maintenir la résilience de la destination.....</b>	<b>21</b>
Orientations.....	22
Actions.....	23 - 24
<b>Assurer un développement touristique à faible empreinte environnementale.....</b>	<b>25</b>
Orientations.....	26
Actions.....	27 - 30
Conclusion.....	31
Références et autres ressources.....	31



# Contexte

Bien avant la crise de la COVID-19, l'industrie touristique manifestait une prise de conscience face au nombre croissant de personnes désirant voyager de façon plus responsable<sup>1</sup>. En 2019, alors que les médias québécois soulevaient régulièrement les enjeux du surtourisme dans le monde, Tourisme Montréal entreprenait une démarche de tourisme bienveillant et responsable, réflexion fondamentale pour faire face aux impacts de la croissance touristique sur les sphères environnementales, sociales et économiques. Cette approche proactive avait pour objectif d'assurer une cohabitation harmonieuse des touristes et de la population locale.



En 2020, la COVID-19 a frappé violemment l'industrie du tourisme, alors en plein essor à Montréal. Sur fond de pandémie, de nombreuses restrictions, fermetures de frontières et quarantaines obligatoires ont limité les voyages, engendrant un recul de l'activité économique sans précédent pour cette industrie. De la chute de fréquentation du centre-ville aux enjeux sanitaires et sécuritaires, les défis sont de taille. Partout dans le monde, la COVID-19 bouleverse nos façons de faire et notre quotidien partout dans le monde.

Les événements récents font ressortir l'importance pour l'industrie touristique de revoir ses modèles et ses pratiques. En ce sens, la crise offre une rare possibilité de réflexion et de recalibrage. C'est une occasion unique de façonner le secteur pour assurer une économie prospère misant sur l'inclusivité et l'écoresponsabilité. L'industrie touristique doit miser sur le renforcement de la résilience et de la durabilité à tous les niveaux : économique, social, culturel et environnemental<sup>2</sup>.

# Destination harmonieuse

Tourisme Montréal évolue vers un rôle plus proactif et stratégique visant un juste équilibre entre une saine gestion des flux touristiques et le respect de la qualité de vie des quartiers résidentiels montréalais. La *Destination harmonieuse* vise à créer un tourisme intelligent, diversifié, régénérateur et financièrement prospère dans une perspective de développement durable. Pour Tourisme Montréal, il s'agit d'un changement de paradigme majeur et ambitieux.

Véritable manifeste pour une reprise durable, ce cadre d'intervention en tourisme durable vise à reconstruire mieux en s'inscrivant dans la mouvance du tourisme bienveillant et régénératif. Il édifie un front commun pour la résilience touristique avec les communautés d'affaires et locales.

La relance touristique n'a certainement pas de routes uniques. Cette démarche constitue une voie parmi plusieurs autres empruntées par Tourisme Montréal pour relancer l'industrie en accord avec ses valeurs.

## Des retombées positives pour l'économie locale et la société

Au-delà du nombre de voyageurs, la prospérité touristique se définit par l'amélioration de l'expérience de séjour, la satisfaction accrue de la population locale, les retombées économiques locales et la préservation des espaces verts, qui favorisent un milieu de vie dynamique adapté aux changements climatiques.

Les avantages du tourisme sont donc nombreux. En plus d'agir comme un vecteur économique majeur, il contribue aux échanges culturels, à la compréhension mutuelle et à la paix. Il contre la discrimination et les préjugés entre individus et sociétés<sup>3</sup> et constitue à plusieurs égards une forme de richesse collective.

À Montréal, on compte également parmi les retombées socioéconomiques du tourisme :

- L'achalandage touristique, qui participe au maintien des institutions culturelles et des infrastructures sportives;
- L'animation des quartiers montréalais et des régions limitrophes de la destination;
- La création d'emplois de qualité, les retombées économiques et des occasions d'affaires, pour les secteurs du tourisme, de la restauration et de la culture;
- Les événements d'affaires, qui alimentent la recherche et les connaissances scientifiques à l'échelle locale et mondiale.

# Les objectifs de développement durable des Nations Unies

Tourisme Montréal utilise comme cadre de référence les objectifs de développement durable des Nations Unies. « Ces objectifs répondent aux défis mondiaux auxquels nous sommes confrontés, notamment ceux liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice »<sup>4</sup>.

Pour surmonter ces défis, il faut mettre à contribution la créativité, le savoir-faire, la technologie et les ressources financières de toute la société. Cette stratégie de *Destination harmonieuse* s'appuiera sur les objectifs suivants des Nations Unies :

## OBJECTIF



## OBJECTIF



## OBJECTIF



## OBJECTIF



## OBJECTIF



## OBJECTIF



## OBJECTIF



## OBJECTIF



## OBJECTIF



## OBJECTIF



## OBJECTIF



# Méthodologie

La consultation fait partie intégrante de la réalisation du plan. Quantité d'entrevues, de rencontres et de sondages ont été réalisés afin d'illustrer les enjeux. Tous les acteurs sollicités ont témoigné à l'unisson d'un réel désir de progrès et de changement.

Les démarches de consultation ont eu lieu tout au début de la pandémie. Il est rapidement devenu clair que les enjeux et les besoins évoluaient constamment et qu'il en serait de même pour le plan.

Des organismes externes ont été consultés afin de mener à terme ce plan, notamment le Palais des congrès de Montréal, Aéroports de Montréal, le Réseau des femmes en environnement, la Ville de Montréal, GDS Index et l'Association des hôtels du Grand Montréal.

Tourisme Montréal a par ailleurs mené des entrevues semi-dirigées avec 10 membres et sondé par courriel ses membres et son personnel. Un comité interne a été formé afin de créer une politique d'approvisionnement responsable et une politique de développement durable, en plus d'assurer le bon déroulement de la démarche. Enfin, à l'automne 2021, l'embauche d'une personne entièrement dédiée au développement durable a confirmé notre ferme intention d'assurer une transition durable et responsable.



# Principaux constats

Les sondages et les consultations ont permis de cerner les actions jugées prioritaires pour l'industrie. De fait, les gestionnaires touristiques et le personnel de Tourisme Montréal ont désigné comme des enjeux prioritaires l'engagement communautaire et social, la réduction de l'empreinte carbone, la gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement et l'approfondissement des connaissances en développement durable.

Au sujet du développement des connaissances, près de 80 % des membres sondés ont affirmé que le rôle de l'association touristique régionale (ATR) en matière de sensibilisation, de promotion et de mise en œuvre de pratiques durables pour l'industrie est de diffuser des normes et des guides pour l'industrie, ainsi que de renforcer les compétences et donner des formations (73 %). À ce titre, Tourisme Montréal offrira des guides et des formations pour les acteurs touristiques afin d'optimiser la transition écologique.

Parmi les autres enjeux en développement durable désignés comme importants par l'industrie, on trouve la santé, la sécurité et l'hygiène; la gestion des déchets et l'économie circulaire; l'inclusion et la diversité; le transport et la mobilité durable; l'innovation et la technologie; ainsi que les certifications écoresponsables.

Dans un souci d'écoute, d'accompagnement et de collaboration, les actions du présent cadre d'intervention répondent à ces principaux enjeux énumérés afin de développer un tourisme inclusif et durable, à l'image de la vision des acteurs de l'industrie.

# Stratégie et vision

Tourisme Montréal et tout l'écosystème préparons la reprise de manière continue. En mettant en œuvre les mesures prévues au plan et en suivant une approche structurée, nous accélérons un virage important pour l'industrie.

À titre d'organisme responsable face aux divers enjeux, nous posons ces questions fondamentales: Comment le tourisme et les événements peuvent-ils contribuer à transformer notre société? Comment pouvons-nous faire partie de la solution? Comment la crise que nous traversons peut-elle aider à changer le secteur touristique le plus impacté?

Cette stratégie, à laquelle tout l'écosystème de Tourisme Montréal doit adhérer et contribuer, encouragera d'ici 2030 le développement d'une destination touristique exemplaire en ayant un impact positif sur la communauté locale et l'environnement, en favorisant l'heureuse cohabitation de la population locale et des touristes, en faisant la promotion du tourisme responsable auprès de notre écosystème, en assurant l'organisation d'événements d'affaires et sportifs respectueux de l'environnement et en encourageant la prise de mesures commerciales durables et propices à la croissance.

## Les piliers de la Destination harmonieuse

La stratégie s'appuie sur quatre piliers



1 Favoriser l'adaptation des cultures d'entreprise du secteur touristique



2 Favoriser une cohabitation harmonieuse de la population locale et des touristes



3 Maintenir la résilience de la destination



4 Assurer un développement touristique à faible empreinte environnementale

1

## Favoriser l'adaptation des cultures d'entreprise du secteur touristique



JAMES  
BOUSTIER

Place Riopelle 1

Hall Place Riopelle

ATTENTION  
MONTÉE

ATTENTION  
MONTÉE

# Favoriser l'adaptation des cultures d'entreprise du secteur touristique



## Principe directeur

Pour opérer un virage global et inclusif en faveur du développement durable, Tourisme Montréal doit faire figure d'exemple. Il crée une culture organisationnelle où les considérations de durabilité, d'inclusion et d'accessibilité font partie intégrante de la prise de décision au quotidien. Ce positionnement joue un rôle fondamental dans le recrutement ainsi que dans les projets, partenariats, collaborations, campagnes, événements et autres activités.

## Orientations :

### 1.1

Développer et maintenir le leadership nord-américain et l'expertise en développement durable (*Destination harmonieuse*)

### 1.2

Montrer l'exemple en matière de développement durable dans la gouvernance des projets et des opérations (en matière de préservation de l'environnement, d'inclusion, d'efficacité économique et d'équité sociale)

### 1.3

Élargir les connaissances de l'industrie et de son personnel en matière de développement durable

### 1.4

Maintenir notre implication dans le secteur de l'innovation touristique et encourager le progrès à tous les niveaux par le financement d'un incubateur en tourisme

### 1.5

Publier annuellement les succès en tourisme durable de Tourisme Montréal

### 1.6

S'impliquer auprès de la communauté de Montréal au moins deux fois par année dans des projets liés au développement durable



## Orientation 1.1

Développer et maintenir le leadership nord-américain et l'expertise en développement durable (*Destination harmonieuse*)

### Actions concrètes

- 1.1.1 Présenter la démarche de développement et de mise en œuvre du plan de *Destination harmonieuse* aux gestionnaires d'organismes de gestion de la destination (OGD) ici et à l'international
- 1.1.2 Promouvoir la démarche de *Destination harmonieuse* dans les médias locaux et internationaux
- 1.1.3 Travailler en collaboration avec les autres villes de la francophonie ayant adopté des principes de développement durable

## Orientation 1.2

Montrer l'exemple en matière de développement durable dans la gouvernance des projets et des opérations (en matière de préservation de l'environnement, d'inclusion, d'efficacité économique et d'équité sociale)

### Actions concrètes

- 1.2.1 Créer un comité interne pour s'assurer que les principes de développement durable sont intégrés au sein de chaque département
- 1.2.2 Développer et publier la politique de développement durable pour Tourisme Montréal
- 1.2.3 Développer la politique d'achats responsables de Tourisme Montréal
- 1.2.4 Publier annuellement sur le site web les résultats de performance de Tourisme Montréal au sein de l'indice GDS
- 1.2.5 Maintenir les certifications en écoresponsabilité de Tourisme Montréal
- 1.2.6 Classifier 100 % des événements organisés par Tourisme Montréal en obtenant au moins la cote 3 de la norme BNQ (Bureau de normalisation du Québec)
- 1.2.7 Collaborer avec des ambassadeurs locaux pour promouvoir les projets touristiques liés au développement durable
- 1.2.8 Acheter 95% de nos produits auprès d'entreprises locales pour toutes les activités internes de Tourisme Montréal et ses événements.
- 1.2.9 Réaliser une charte d'engagement adressée au personnel de Tourisme Montréal
- 1.2.10 Classifier en développement durable un minimum de trois congrès annuellement
- 1.2.11 Favoriser l'inclusion et la diversité dans les activités d'entreprises, auprès de nos partenaires et dans la promotion de la destination

## Orientation 1.3

Élargir les connaissances de l'industrie et de son personnel en matière de développement durable

### Actions concrètes

- 1.3.1 Offrir à l'industrie touristique et au personnel de Tourisme Montréal une formation sur les principaux leviers d'action du tourisme durable, ainsi que des formations personnalisées par secteur d'activité
- 1.3.2 Partager une boîte à outils avec des ressources en développement durable sur le site web afin d'assurer la transition écologique des entreprises touristiques montréalaises (programmes de financement, certifications, ressources de l'industrie, formations, etc.)
- 1.3.3 Promouvoir les entreprises qui agissent pour le développement durable dans le cadre de leurs activités sur les diverses plateformes numériques de Tourisme Montréal
- 1.3.4 Augmenter de 30% le nombre d'entreprises membres certifiées en développement durable.

## Orientation 1.4

Maintenir notre implication dans le secteur de l'innovation touristique et encourager le progrès à tous les niveaux par le financement d'un incubateur en tourisme

### Actions concrètes

- 1.4.1 Participer annuellement aux échanges sur les besoins et tendances de l'industrie en collaboration avec le MT Lab et ses partenaires, plus particulièrement en matière de développement durable
- 1.4.2 Accompagner au moins une jeune pousse annuellement
- 1.4.3 Établir le maillage entre les jeunes pousses du MT Lab et les entreprises montréalaises
- 1.4.4 Encourager le développement et le positionnement de Montréal à titre de destination innovante en publiant sur les plateformes numériques les projets innovants réalisés sur le territoire (intelligence artificielle, technologie, art public, pratiques responsables, métavers, etc.)

## Orientation 1.5

Publier annuellement les succès en tourisme durable de Tourisme Montréal

### Actions concrètes

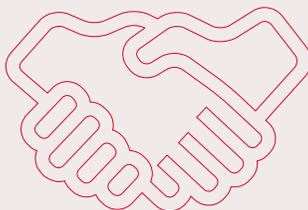
- 1.5.1 Communiquer les efforts et les réalisations en développement durable de Tourisme Montréal, notamment dans le rapport annuel, les plateformes numériques et au sein de divers outils de communications (infolettre, communiqué de presse, etc.)
- 1.5.2 Publier annuellement un rapport de développement durable présentant les efforts déployés par Tourisme Montréal

## Orientation 1.6

S'impliquer auprès de la communauté de Montréal au moins deux fois par année dans des projets liés au développement durable

### Actions concrètes

- 1.6.1 Participer bénévolement à deux activités sociales par année répondant à des besoins de la communauté montréalaise (dans le secteur social, économique ou environnemental)
- 1.6.2 S'impliquer auprès de la communauté étudiante en organisant au moins une rencontre annuelle
- 1.6.3 Participer à des activités sociales pour la communauté montréalaise de façon spontanée au cours de l'année



2

**Favoriser une cohabitation  
harmonieuse de la population  
locale et des touristes**



# Favoriser une cohabitation harmonieuse de la population locale et des touristes



## Principe directeur

Le développement touristique et économique ne doit pas se faire au détriment de la qualité de vie de la population locale, mais y ajouter plutôt de la valeur en contribuant à la vitalité culturelle et sociale de la destination. Ainsi, visiteurs, congressistes et communautés locales tirent profit des retombées de l'industrie touristique, ce qui crée une situation gagnant-gagnant. La population locale sera donc impliquée dans le développement de la destination afin d'assurer une cohabitation harmonieuse avec les visiteurs, grâce à une démarche proactive.

## Orientations :

### 2.1

Obtenir un résultat de 80 % quant à la perception de la clientèle sondée (touristes, congressistes et organisateurs d'événements) au sujet de la durabilité de la destination

### 2.2

Consulter et impliquer la population locale dans le développement touristique

### 2.3

Assurer la dispersion du flux touristique dans le respect de la capacité des quartiers de Montréal

### 2.4

Collaborer avec les organisations et les communautés autochtones de proximité pour élaborer au moins cinq projets touristiques afin de faire rayonner leurs cultures

### 2.5

Favoriser le développement scientifique des connaissances environnementales, sociales et économiques auprès de l'industrie, de notre clientèle et de la société

### 2.6

Maximiser les retombées socioéconomiques de l'économie du visiteur

### 2.7

Aider les personnes en situation d'itinérance grâce à des projets menés avec des organismes locaux



## Orientation 2.1

Obtenir un résultat de 80 % quant à la perception de la clientèle sondée (touristes, congressistes et organisateurs d'événements) au sujet de la durabilité de la destination

### Actions concrètes

- 2.1.1 Réaliser des communications fréquentes sur l'implication en développement durable de la destination en mettant de l'avant les efforts déployés
- 2.1.2 Faire un sondage à chaque année auprès des visiteurs
- 2.1.3 Faire un sondage à chaque année auprès des organisateurs d'événements venant à Montréal
- 2.1.4 Faire un sondage à chaque année auprès des congressistes

## Orientation 2.2

Consulter et impliquer la population locale dans le développement touristique

### Actions concrètes

- 2.2.1 Créer un comité de résidents et réaliser des rencontres fréquentes pour développer une offre touristique en harmonie avec les attentes et les besoins des Montréalais et Montréalaises
- 2.2.2 Effectuer un sondage annuel auprès de la population locale afin de mesurer la satisfaction globale

## Orientation 2.3

Assurer la dispersion du flux touristique dans le respect de la capacité des quartiers de Montréal

### Actions concrètes

- 2.3.1 Promouvoir les attraits des quartiers excentrés pour assurer une bonne répartition des flux
- 2.3.2 Réaliser au moins cinq diagnostics touristiques avec les arrondissements de Montréal avant d'entamer de réels investissements et du développement touristique
- 2.3.3 Accompagner le développement de projets qui bonifient l'offre touristique des quartiers

## Orientation 2.4

Collaborer avec les organisations et les communautés autochtones de proximité pour élaborer au moins cinq projets touristiques afin de faire rayonner leurs cultures

### Actions concrètes

- 2.4.1 Consulter chaque année les organismes travaillant directement avec les communautés autochtones afin de développer conjointement des projets touristiques en accord avec leurs valeurs et leurs cultures
- 2.4.2 Collaborer étroitement à l'avancement et au positionnement du projet Ambassade culturelle en partenariat avec Tourisme Autochtone Québec
- 2.4.3 Sensibiliser et informer les membres de Tourisme Montréal sur les cultures autochtones en partenariat avec Tourisme Autochtone Québec
- 2.4.4 Sensibiliser les employés sur la mise en valeur du tourisme autochtone en partenariat avec Tourisme Autochtone Québec

## Orientation 2.5

Favoriser le développement scientifique des connaissances environnementales, sociales et économiques auprès de l'industrie, de notre clientèle et de la société

### Actions concrètes

- 2.5.1 Créer et partager un guide destiné aux organisateurs d'événements décrivant les mesures de développement durable à déployer lors de l'organisation d'événements (réduction de l'empreinte carbone, achat local, réduction du gaspillage alimentaire, solutions de rechange au plastique à usage unique, etc.)
- 2.5.2 Mettre sur pied des programmes d'impacts sociaux (*legacy programs* - traduit de l'anglais) en collaboration avec les organisateurs d'événements en débutant par un projet pilote
- 2.5.3 Faciliter et encourager la venue de congrès majeurs dans des secteurs importants pour la communauté montréalaise tels que les technologies et les énergies propres, les sciences de la vie et l'intelligence artificielle

## Orientation 2.6

Maximiser les retombées socioéconomiques de l'économie du visiteur

### Actions concrètes

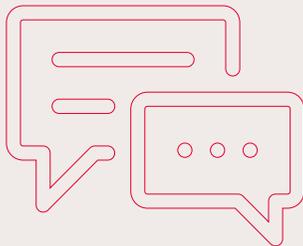
- 2.6.1 Renforcer la viabilité socioéconomique des communautés locales, notamment en présentant sur les plateformes numériques l'offre des quartiers pour favoriser la rencontre des touristes, des congressistes et de la population locale dans des lieux authentiquement montréalais
- 2.6.2 Augmenter la durée moyenne des séjours à plus de 3 jours (tourisme lent)
- 2.6.3 Offrir des incitatifs (rabais, circuits à réaliser) dans les différents quartiers en collaboration avec nos partenaires et nos membres
- 2.6.4 Collaborer avec des influenceurs pour promouvoir le concept de « tourisme lent » consistant à s'imprégner de la destination
- 2.6.5 Communiquer et promouvoir annuellement les objectifs et les retombées socioéconomiques du tourisme pour Montréal
- 2.6.6 Promouvoir l'hébergement responsable dans les différents quartiers de Montréal

## Orientation 2.7

Aider les personnes en situation d'itinérance grâce à des projets menés avec des organismes locaux

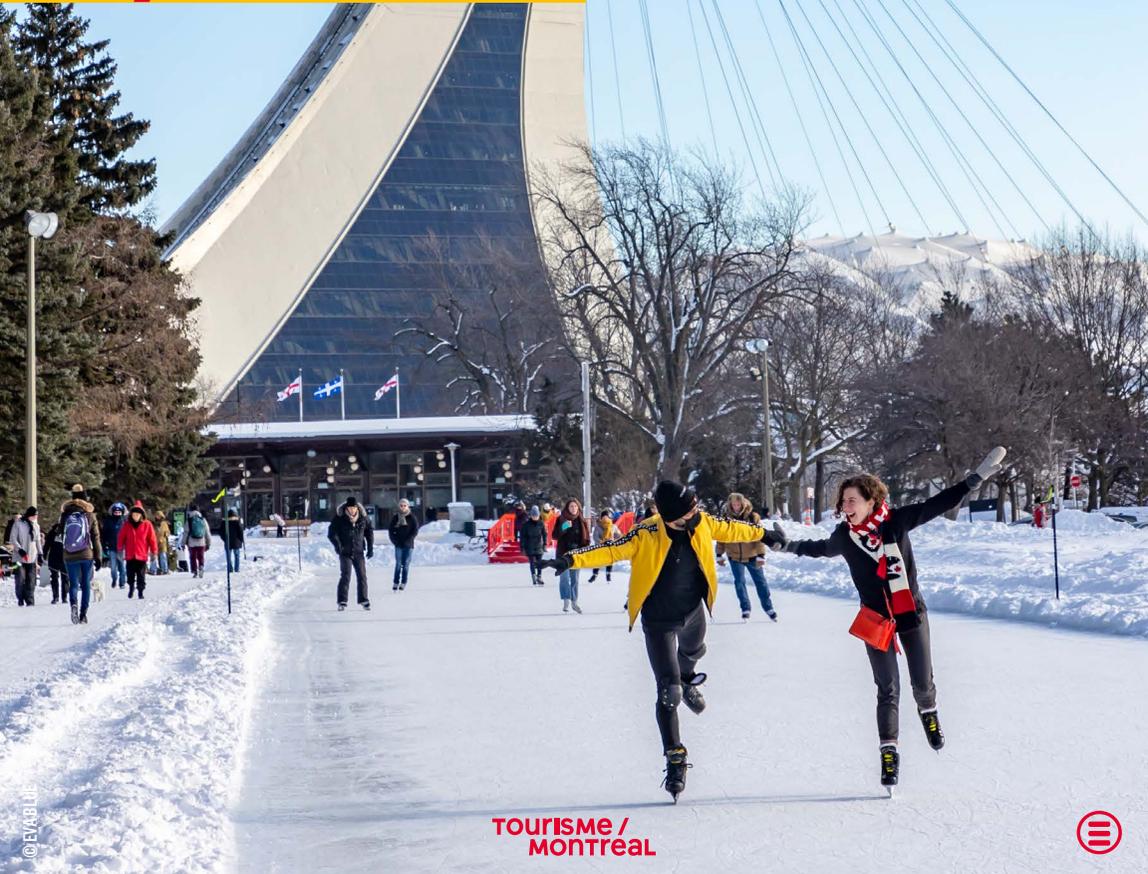
### Actions concrètes

- 2.7.1 Soutenir par l'intermédiaire de notre politique de dons, les organismes locaux aidant les personnes en situation d'itinérance
- 2.7.2 Participer à des activités de bénévolat avec des organismes de soutien aux personnes en situation d'itinérance.



3

**Maintenir la résilience  
de la destination**



# Maintenir la résilience de la destination



## Principe directeur

Montréal a toujours été une ville sécuritaire; néanmoins, avec la crise de la COVID-19, de nouvelles difficultés ont émergé. Tourisme Montréal est pleinement engagé à prioriser la sécurité physique et sanitaire de la population locale et des visiteurs. Il appelle à la responsabilité des organismes et à la coordination du secteur pour assurer la reprise des activités. Afin de rebâtir la confiance des visiteurs le plus rapidement possible, l'industrie touristique doit montrer qu'elle est apte à protéger les consommateurs/visiteurs/voyageurs ainsi que ses travailleurs et fournisseurs.

## Orientations :

### 3.1

Prioriser et développer la résilience et l'agilité économique de la destination afin de s'adapter aux changements rapides et soudains

### 3.2

Positionner Montréal à titre de destination privilégiée en tourisme durable auprès des touristes et des congressistes

### 3.3

Contribuer à assurer le caractère sécuritaire de la destination à tous les niveaux dans une perspective de crise pandémique

### 3.4

Contribuer à l'adaptation des organismes touristiques face aux changements climatiques

### 3.5

Contribuer à assurer un accès universel dans les lieux touristiques (hôtels, événements, restaurants, attraits)

### 3.6

Promouvoir l'offre touristique de la basse saison pour assurer une meilleure répartition des flux dans le temps et encourager l'économie locale



### Orientation 3.1

Planifier et développer la résilience et l'agilité économique de la destination afin de s'adapter aux changements rapides et soudains

#### Actions concrètes

- 3.1.1 Promouvoir l'achat local auprès des visiteurs et de la population locale (tourisme intérieur) par des campagnes promotionnelles, le Passeport MTL et MTLàTABLE
- 3.1.2 Valoriser l'approvisionnement responsable auprès des entreprises touristiques pour encourager l'achat local et réduire la dépendance au commerce international
- 3.1.3 Développer une culture d'entreprise plus agile et innovante (culture d'innovation, plan de gestion des risques, marque employeur)

### Orientation 3.2

Positionner Montréal à titre de destination privilégiée en tourisme durable auprès des touristes et des congressistes

#### Actions concrètes

- 3.2.1 Réaliser un sondage auprès des visiteurs potentiels des marchés prioritaires
- 3.2.2 Sonder les congressistes sur leur perception de Montréal comme ville résiliente et sécuritaire
- 3.2.3 Réaliser un sondage auprès des visiteurs du Bureau d'accueil touristique de Tourisme Montréal
- 3.2.4 Ajouter une clause de sécurité globale dans les conventions d'aide financière des promoteurs

### Orientation 3.3

Contribuer à assurer le caractère sécuritaire de la destination à tous les niveaux dans une perspective de crise pandémique

#### Actions concrètes

- 3.3.1 Créer et fournir aux entreprises touristiques, aux partenaires de projets et aux congressistes un guide sur les mesures sanitaires à respecter
- 3.3.2 Mettre à jour le site web et communiquer les dernières exigences sanitaires en vigueur
- 3.3.3 Promouvoir les mesures en place pour assurer la sécurité de la destination

## Orientation 3.4

Contribuer à l'adaptation des organismes touristiques face aux changements climatiques

### Actions concrètes

- 3.4.1 Contribuer à offrir à l'industrie des formations sur l'adaptation aux changements climatiques
- 3.4.2 Ajouter des informations sur l'adaptation aux changements climatiques dans la boîte à outils du site web destinée aux entreprises touristiques
- 3.4.3 Planifier le développement touristique en tenant compte des réalités et des enjeux environnementaux pour réduire les risques inhérents aux changements climatiques

## Orientation 3.5

Contribuer à assurer un accès universel dans les lieux touristiques (hôtels, événements, restaurants, attraits)

### Actions concrètes

- 3.5.1 Promouvoir sur le site web de Tourisme Montréal les lieux offrant un accès universel et les moyens adaptés pour s'y rendre
- 3.5.2 S'assurer que 70 % des membres de Tourisme Montréal obtiennent la certification de Kéroul

## Orientation 3.6

Promouvoir l'offre touristique de la basse saison pour assurer une meilleure répartition des flux dans le temps et encourager l'économie locale

### Actions concrètes

- 3.6.1 Partager les activités et l'offre touristique disponible en basse saison sur les plateformes de communication
- 3.6.2 Augmenter le tourisme d'affaires en basse saison
- 3.6.3 Présenter le quotidien d'une personne montréalaise en collaboration avec des ambassadeurs locaux
- 3.6.4 Augmenter la présence des touristes durant la saison hivernale en faisant la promotion du caractère nordique de la destination





4

**Assurer un développement  
touristique à faible  
empreinte environnementale**

# Assurer un développement touristique à faible empreinte environnementale



## Principe directeur

Le tourisme représente 8 % du total des émissions de carbone produites dans le monde. Une relance durable est au cœur des préoccupations et des priorités\*. Nous favorisons les espaces verts, le transport en commun et les modes de transport actifs, afin d'en faire profiter les résidents et les touristes dans une perspective de destination harmonieuse.

## Orientations :

### 4.1

Sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques à adopter en matière de développement durable

### 4.2

Fédérer au moins 10 partenaires autour des enjeux de développement durable par la tenue de comités et la réalisation de projets communs ou d'événements

### 4.3

Appuyer le développement de quatre grands projets structurants dans les quartiers centraux de la destination (mobilité, embellissement, vitalité culturelle, conservation du patrimoine et propreté)

### 4.4

Favoriser les moyens de transport à faible empreinte carbone (pistes cyclables, transport en commun, itinéraires à pied)

### 4.5

Mesurer et réduire de manière significative (environ 50%), l'empreinte carbone de Tourisme Montréal, tant au sein de l'organisme que pour les événements qu'il organise

### 4.6

Contribuer à bannir les plastiques à usage unique dans tous les événements et festivals

### 4.7

Collaborer avec le Bureau de la transition écologique et de la résilience (BTER) de la Ville de Montréal pour atteindre les objectifs du Plan climat 2020–2030 de la Ville

### 4.8

Optimiser une saine gestion et consommation de l'eau dans l'industrie touristique



\*Afin d'éviter une hausse de plus de deux degrés de la température moyenne de la Terre par rapport à l'ère préindustrielle, l'industrie touristique a la responsabilité de limiter et de diminuer son empreinte carbone.



## Orientation 4.1

Sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques à adopter en matière de développement durable

### Actions concrètes

- 4.1.1 Créer du contenu pour vulgariser les bonnes pratiques à privilégier
- 4.1.2 Développer des collaborations avec des influenceurs pour promouvoir le tourisme durable
- 4.1.3 Développer une promesse des voyageurs, afin de les sensibiliser aux bonnes pratiques à adopter en matière de développement durable
- 4.1.4 Promouvoir les attraits et les entreprises respectant les pratiques de développement durable
- 4.1.5 Développer un outil de compensation des GES pour les visiteurs de Montréal, disponible sur le site web de Tourisme Montréal, en collaboration avec nos partenaires

## Orientation 4.2

Fédérer au moins 10 partenaires autour des enjeux de développement durable par la tenue de comités et la réalisation de projets communs ou d'événements

### Actions concrètes

- 4.2.1 Collaborer avec le secteur touristique québécois pour la mise en œuvre du Plan d'action pour un tourisme responsable et durable 2020-2025 du ministère du Tourisme
- 4.2.2 Créer un comité externe constituée de personnes détenant une expertise en développement durable ou représentant les principaux secteurs clés de l'industrie
- 4.2.3 Intégrer le développement durable dans la réalisation de projets créés en collaboration avec des partenaires
- 4.2.4 Collaborer avec les organisateurs d'événements pour intégrer le développement durable dans leurs événements
- 4.2.5 Maintenir le regroupement des festivals engagés en organisant deux rencontres annuelles et en créant au moins une opportunité de mutualisation d'équipement d'ici 2025
- 4.2.6 Accompagner 20 établissements afin qu'ils soient certifiés en développement durable

## Orientation 4.3

Appuyer le développement de quatre grands projets structurants dans les quartiers centraux de la destination (mobilité, embellissement, vitalité culturelle, conservation du patrimoine et propreté)

### Actions concrètes

- 4.3.1 Appuyer quatre grands projets structurants dans les quartiers centraux à l'aide de programmes d'aide financière
- 4.3.2 Développer de nouveaux espaces au centre-ville (permanents ou éphémères) en collaboration avec nos partenaires (ex. projet Murelles)
- 4.3.3 Collaborer avec les diverses parties prenantes pour revitaliser et préserver le patrimoine bâti
- 4.3.4 Encourager le déploiement de cinq projets culturels dans les quartiers centraux en collaboration avec nos partenaires
- 4.3.5 Contribuer à l'embellissement des zones de travaux publics et optimiser la mobilité
- 4.3.6 Favoriser la piétonnisation et la mobilité durable à Montréal

## Orientation 4.4

Favoriser les moyens de transport à faible empreinte carbone (pistes cyclables, transport en commun, itinéraires à pied)

### Actions concrètes

- 4.4.1 Communiquer sur les plateformes numériques de Tourisme Montréal les divers moyens de transport à faible empreinte carbone
- 4.4.2 Développer un partenariat avec une entreprise locale (BIXI, STM) pour offrir des rabais aux congressistes, aux partenaires et aux employés
- 4.4.3 Créer et afficher sur les plateformes numériques des itinéraires visant une faible empreinte carbone pour découvrir la ville sous un autre œil
- 4.4.4 Financer une partie de la carte mensuelle de transport en commun du personnel de Tourisme Montréal
- 4.4.5 Promouvoir les nouveaux trajets du REM, notamment les stations ayant un fort potentiel touristique

## Orientation 4.5

Mesurer et réduire de manière significative (environ 50%), l’empreinte carbone de Tourisme Montréal, tant au sein de l’organisme que pour les événements qu’il organise

### Actions concrètes

- 4.5.1 Mesurer l’empreinte carbone de Tourisme Montréal en réalisant un bilan carbone annuel
- 4.5.2 Compenser la totalité de l’empreinte carbone liée aux déplacements du personnel et des partenaires invités
- 4.5.3 Opter pour des trajets à faible empreinte carbone (covoiturage, vols directs, train, transport en commun)
- 4.5.4 Mesurer et réduire de 50% la quantité de déchets produits par Tourisme Montréal et les événements qu’il organise en favorisant entre autres le compost, l’économie circulaire, la mutualisation d’équipements, les dons de surplus alimentaires et le recyclage
- 4.5.5 Opter pour des biens écoresponsables à faible empreinte carbone au sein des activités de Tourisme Montréal
- 4.5.6 Veiller à ce que tous les kiosques de Tourisme Montréal soient faits de matériaux recyclés ou biosourcés

## Orientation 4.6

Contribuer à bannir les plastiques à usage unique dans l’ensemble des événements, festivals et activités de Tourisme Montréal

### Actions concrètes

- 4.6.1 Donner des formations aux acteurs de l’industrie sur les solutions de rechange aux plastiques à usage unique
- 4.6.2 Promouvoir des entreprises locales offrant des solutions de rechange aux plastiques à usage unique sur le site web de Tourisme Montréal afin de favoriser l’économie verte locale
- 4.6.3 Bannir les plastiques à usage unique dans les activités de Tourisme Montréal

## Orientation 4.7

Collaborer avec le Bureau de la transition écologique et de la résilience (BTER) de la Ville de Montréal pour atteindre les objectifs du Plan climat 2020-2030 de la Ville

### Actions concrètes

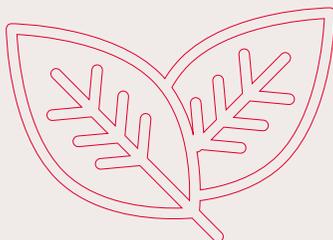
- 4.7.1 Encourager et soutenir le verdissement de la destination en travaillant avec divers partenaires et acteurs du milieu.
- 4.7.2 Contribuer à sensibiliser l'industrie touristique afin de réduire le gaspillage alimentaire dans l'industrie touristique montréalaise
- 4.7.3 Valoriser l'économie circulaire auprès de l'industrie touristique à l'aide d'une formation sur le sujet

## Orientation 4.8

Optimiser une saine gestion et consommation de l'eau dans l'industrie touristique

### Actions concrètes

- 4.8.1 Offrir un point de revitaillement en eau au bureau d'accueil touristique de Montréal afin de réduire l'achat de bouteilles d'eau
- 4.8.2 Sensibiliser l'industrie touristique et les employés quant à la réduction de l'eau consommée dans leurs activités d'entreprise



# Conclusion

Tout comme les grandes instances touristiques, Tourisme Montréal soutient que le tourisme responsable et durable doit être au cœur de la relance. Face aux changements climatiques, les organismes de gestion de la destination (OGD) ont la responsabilité d'assurer un développement touristique durable, prospère, inclusif et régénérateur.

Ce plan s'intègre dans une démarche holistique concertée faisant intervenir des acteurs sociaux, économiques et environnementaux. Il servira de guide et de référence pour réaliser une transition écologique juste et équitable.

La cohabitation harmonieuse entre la population locale et les touristes, les retombées socioéconomiques locales, la préservation des multiples espaces verts ainsi que le rayonnement du patrimoine culturel et bâti seront des gages du succès pour ce cadre d'intervention en tourisme durable.

## Références



<sup>1</sup> Chaire de tourisme Transat ESG UQAM (2020).

TENDANCES TOURISTIQUES 2020 : paradoxes et transformations.

<sup>2</sup> Destination Canada (2020).

COVID-19 : Réponse -> Reprise -> Résilience ... et recherche.

<sup>3</sup> Nations Unies (2011). Journée 2011 : Le tourisme et le rapprochement des cultures.

<sup>4</sup> Nations Unies (2016). Objectifs de développement durable.

## Autres ressources

Alliance de l'industrie touristique du Québec (2020).

L'industrie touristique en chiffres : performance de l'industrie touristique québécoise.

World Economic Forum (2020).

An overwhelming majority of people want real change after COVID-19.