

# Destination harmonieuse

/

## Cadre d'intervention vers un tourisme plus durable

BILAN ANNUEL 2024



# Table des matières interactive

/



- 3 Vision et piliers de la Destination harmonieuse
- 4 Objectifs de développement durable de l'Organisation des Nations Unies
- 5 Principales réalisations de 2024
- Piliers et actions concrètes
- 6 Favoriser l'adaptation des cultures d'entreprise du secteur du tourisme
- 19 Favoriser la cohabitation harmonieuse de la population locale et des touristes
- 31 Renforcer la résilience de la destination
- 39 Soutenir un développement touristique à faible empreinte environnementale
- 54 Conclusion

## Légende des actions concrètes

- Action réalisée
- Action en cours
- Action à amorcer



# Vision et piliers de la Destination harmonieuse

/

Le Cadre d'intervention en tourisme durable de Tourisme Montréal vise la réalisation d'un ensemble d'actions d'ici 2030. Une nouvelle stratégie vers un tourisme plus durable a été lancée en 2025, intégrant de nouvelles actions. Ce bilan brosse le portrait des actions réalisées en 2024 en se basant sur la première version de la stratégie de la Destination harmonieuse lancée en mai 2022. Notre cible s'aligne avec l'horizon des objectifs de développement durable de l'Organisation des Nations Unies (ONU) et avec celui du Plan climat 2020-2030 de la Ville de Montréal.

## La vision

Encourager 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 soutenant l'organisation d'événements d'affaires et sportifs respectueux de l'environnement, et en facilitant des retombées socioéconomiques.

Évolutive par nature, cette stratégie est conçue pour s'adapter en modifiant ou en ajoutant certaines actions en fonction des besoins, garantissant ainsi la pertinence continue de la démarche. L'organisation s'engage à réviser chaque année sa liste de priorités dans une perspective de virage socioécologique pour un tourisme plus durable.

Ce bilan dresse un portrait transparent de nos avancées en matière de développement durable. Plus que jamais, Tourisme Montréal s'engage à être un acteur dynamique et visionnaire de l'industrie, en inspirant ses parties prenantes à passer à l'action. Ensemble, faisons du tourisme intelligent notre priorité commune.

## Les piliers

Notre Cadre d'intervention en tourisme durable s'articule autour de quatre piliers fondamentaux, révisés dans le cadre de sa refonte en « Stratégie vers un tourisme plus durable » :

1

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

2

Favoriser la cohabitation harmonieuse de la population locale et des touristes

3

Renforcer la résilience de la destination

4

Soutenir un développement touristique à faible empreinte environnementale



# Objectifs de développement durable de l'Organisation des Nations Unies

/

Les objectifs de développement durable (ODD) de l'Organisation des Nations Unies (ONU) servent de cadre de référence pour les actions de Tourisme Montréal. Pour faire face aux défis planétaires, toute la société doit être mise à contribution. Par leur créativité, leur savoir-faire, leurs moyens technologiques et leurs ressources financières, les organisations ont le potentiel de participer à la transformation.

« Les objectifs de développement durable nous donnent la marche à suivre pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous. 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>1</sup>. »

Le Cadre d'intervention de Tourisme Montréal s'appuie sur les ODD suivants :

## OBJECTIF

**1** PAS DE PAUVRETÉ



## OBJECTIF

**2** FAIM «ZÉRO»



## OBJECTIF

**3** BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



## OBJECTIF

**8** TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



## OBJECTIF

**9** INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE



## OBJECTIF

**11** VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES



## OBJECTIF

**12** CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



## OBJECTIF

**13** MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



## OBJECTIF

**14** VIE AQUATIQUE



## OBJECTIF

**15** VIE TERRESTRE



## OBJECTIF

**17** PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS



<sup>1</sup> Nations Unies. « [Objectifs de développement durable](#) », ONU, consulté le 3 avril 2024.

# Principales réalisations de 2024

/

6

## participations

Tourisme Montréal a pris part à six panels, conférences ou animations sur le développement durable lors d'événements à rayonnement local ou international.



## Certification platine de GreenStep

L'organisation a obtenu la certification platine, soit le niveau le plus élevé de GreenStep, un organisme canadien de certification en tourisme durable reconnu à l'international par GSTC.



## Montréal dans le Top 3 en Amérique du Nord

La métropole se classe parmi les trois meilleures destinations nord-américaines du Global Destination Sustainability (GDS) Index 2024, un palmarès de référence mondiale. Elle figure aussi dans le Top 40 mondial du GDS Index.

95 %

## de conception locale

95 % des produits promotionnels achetés par Tourisme Montréal ont été conçus à Montréal et 84 % fabriqués dans le Grand Montréal.

100 %

## d'approvisionnement local

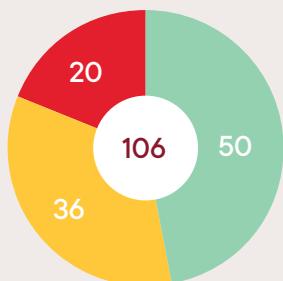
L'ensemble des produits gastronomiques promotionnels achetés par Tourisme Montréal provenait de sources locales.

4

## événements classifiés

Quatre événements de Tourisme Montréal ont obtenu une cote d'au moins 3 de la norme du Bureau de normalisation du Québec : le lancement de l'été, la célébration des fêtes et Cap sur 2025.

## Bilan des avancées 2024



106 actions au total

50 actions réalisées

36 actions en cours

20 actions à amorcer



# 1

## 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. L'organisation tend à instaurer une culture d'entreprise où les considérations quant à l'impact environnemental et socioéconomique de ses activités font partie intégrante de la prise de décision au quotidien. Ce positionnement joue un rôle fondamental dans ses projets, partenariats, collaborations, campagnes, événements et autres activités. Tourisme Montréal vise également à accompagner ses membres dans leur transition socioécologique.



## Orientation 1.1

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

#### Actions concrètes

- 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
- Promouvoir la démarche de Destination harmonieuse dans les médias locaux et internationaux
- Travailler en collaboration avec les autres villes de la francophonie ayant adopté des principes de développement durable

## Une Destination harmonieuse qui voyage

En 2024, Tourisme Montréal a rencontré plusieurs destinations touristiques, tant au Canada qu'à l'étranger, afin d'échanger sur le développement durable en tourisme.

### Au Canada

- Québec
- Cantons-de-l'Est
- Edmonton
- Banff
- Vancouver
- Ottawa
- Hamilton, Halton, Brant  
(Association touristique régionale)

### À l'international

- Copenhague
- Nantes
- Washington

## Des événements ici et ailleurs

Grâce à sa participation à plusieurs événements sur le thème du développement durable, Tourisme Montréal a contribué au rayonnement de la destination.

### Au Québec

- **Sommet climat Montréal** : participation à un panel sur l'avancement des engagements
- **Symposium de Tourisme Durable Québec** : participation au panel « Bonnes pratiques : *On lâche pas la patate!* » avec présentation du Fonds d'urgence et d'adaptation aux changements climatiques (FUAC)
- **MT Lab** : participation au panel « Innovations pour l'adaptation aux changements climatiques » incluant la présentation du FUAC
- **MT Lab** : animation de trois ateliers sur le développement durable pour les jeunes pousses
- **Hôtels Germain** : animation d'un atelier sur la communication responsable et implantation de pratiques plus écoresponsables en événementiel à l'Hôtel Le Germain Montréal

### À l'international

- **One Young World** : animation de l'atelier « Comment débuter son plan de développement durable? »
- **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** : participation au panel sur l'engagement de la communauté locale lors de la conférence annuelle



## En conversation avec des comités en développement durable

Tourisme Montréal participe activement à divers comités afin de mieux comprendre les enjeux, les défis et les meilleures pratiques de l'industrie touristique. Cet engagement témoigne d'une volonté de collaboration et d'entraide soutenue dans le domaine.

### Au Québec

- **Comité de développement durable**, Association hôtelière du Grand Montréal
- **Table du développement durable**, Alliance de l'industrie touristique du Québec
- **Comité directeur**, Ouranos
- **Comité affaires**, Mouvement pour mettre fin à l'itinérance
- **Conseil d'administration**, Mouvement pour mettre fin à l'itinérance
- **Comité de la stratégie en tourisme durable**, Alliance de l'industrie touristique du Québec
- **Commission Culture et Transition écologique**, Culture Montréal

### À l'international

- **Technical Advisory Committee**, Global Destination Sustainability Index

## La Destination harmonieuse dans les médias

En 2024, Montréal a continué d'occuper une place de choix dans les médias locaux et internationaux. Voici quelques articles et publications marquants, tous publiés avant l'entrée en vigueur de la loi C-59 :

- « *Tourisme Montréal annonce un partenariat avec la Tablée des Chefs pour la récupération alimentaire* », *TourismExpress*
- « *Les Montréalais majoritairement favorables au développement touristique* », *TourismExpress*
- « *Certification platine de GreenStep : Tourisme Montréal réaffirme son leadership en tourisme durable* », *TourismExpress*
- « *Tourisme Montréal et l'Association hôtelière du Grand Montréal s'engagent avec GreenStep, un organisme de certification en tourisme durable* », *TourismExpress*
- « *2024 Montreal Guide* », *Ignite Magazine*
- « *Meetings With Meaning: An Introductory Guide to Harnessing the Positive Impacts of Meetings and Events* », *Skift Meetings*
- « *More colour, culture and creativity in Montreal* », *Ignite Magazine*
- « *Urban farms and rooftop vineyards* », *Adventure.com*
- « *Montreal is in the midst of Sustainable Metamorphosis* », *Fashion magazine*
- « *Montréal, ville-jardin* », *Skipper's Travel*
- « *Recap of the Momentous One Young World edition in Montréal* », *HQ The Association Magazine*



## 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

- Créer un comité interne pour s'assurer que les principes de développement durable sont intégrés au sein de chaque service
- Développer et publier la politique de développement durable pour Tourisme Montréal
- Développer la politique d'achats responsables de Tourisme Montréal
- Publier annuellement sur le site web les résultats de performance de Tourisme Montréal au sein du *Global Destination Sustainability Index*
- Maintenir les certifications de Tourisme Montréal
- Classifier 100 % des événements organisés par Tourisme Montréal en obtenant au moins la cote 3 de la norme BNQ en gestion responsable d'événements
- Collaborer avec des ambassadrices et ambassadeurs locaux pour promouvoir les projets touristiques liés au développement durable
- Acheter 95 % de nos produits auprès d'entreprises locales pour toutes les activités internes de Tourisme Montréal et ses événements
- Réaliser une charte d'engagement adressée au personnel de Tourisme Montréal
- Classifier en développement durable un minimum de trois congrès annuellement
- Favoriser l'inclusion et la diversité dans les activités d'entreprises, auprès de nos partenaires et dans la promotion de la destination
- Assurer un recrutement du personnel en visant à atteindre davantage une juste représentation de la diversité et en adoptant des principes d'inclusion et d'équité
- Assurer le maintien de l'équité salariale selon les normes du travail en vigueur au Québec pour les employés et employées de Tourisme Montréal



## Un comité interne unificateur

Créé en 2022, le comité interne de Tourisme Montréal assure l'intégration des principes du développement durable dans l'ensemble de ses services. En 2024, il se composait des personnes suivantes :

### Développement de la destination et affaires publiques

- **Manuela Goya**, vice-présidente, Développement de la destination et affaires publiques
- **Sarah Justine Leduc-Villeneuve**, directrice, Développement de la destination et programmes
- **Fanny Beaulieu Cormier**, conseillère, Développement durable
- **Esther Bourgoin**, coordonnatrice au développement durable

### Marketing

- **Sylvie Charette**, vice-présidente, Marketing
- **Dany Pedneault**, directeur, Marketing
- **Elisabeth Gilbert**, directrice, Marketing numérique

### Ventes et affaires

- **Mylène Gagnon**, vice-présidente, Ventes et congrès
- **Charlotte Laurin**, gestionnaire, Alliances stratégiques et RSE

### Relations membres, industrie et partenariats

- **Julie Ghersi**, directrice, Relations membres, industrie et affaires corporatives

### Bureau du président-directeur général

- **Patrizia Dri**, conseillère stratégique

## Une politique de développement durable officielle

En collaboration avec le comité externe de la Destination harmonieuse, le conseil d'administration de Tourisme Montréal a adopté la **Politique de développement durable** de l'organisation en mai 2023. Celle-ci est désormais disponible dans la **boîte à outils** de notre site web.

## Des achats réfléchis

Depuis 2022, une politique d'achats et d'approvisionnement durable guide les achats effectués par Tourisme Montréal. En 2024, le comité suivant en assurait l'application :

- **Principilia Allain**, chargée de projet, Marque et production
- **Véronique Barbin**, gestionnaire, Événements canadiens
- **Anie Beaudoin**, gestionnaire, Événements membres et corporatifs
- **Esther Bourgoin**, coordonnatrice, Développement durable
- **Fanny Beaulieu Cormier**, conseillère, Développement durable
- **Mégane Di Stefano**, chargée de projet, Croisières Montréal
- **Nicolas Lemay**, chef comptable
- **Maryse Landry**, directrice, Ressources humaines
- **Alexandra Naulet**, coordonnatrice, Relations médias et Marché du voyage
- **Gerardina Pasquariello**, cheffe d'équipe, Événements d'affaires et congrès
- **Marie-Claude Prévost**, cheffe d'équipe, Marque et Production
- **Karine Trudel**, gestionnaire, Événements locaux et américains
- **Valérie Des Rosiers**, chargée de projets spéciaux



## Des produits promotionnels à saveur locale

Cette année, 95 % des produits achetés à des fins promotionnelles ont été conçus à Montréal, par des artisanes et artisans locaux. De plus, 84 % des produits ont été fabriqués dans la région métropolitaine, dont 11 % dans la province et 4 % au Canada.

Du côté des produits gastronomiques, 100 % provenaient d'entreprises locales.

L'organisation est fière de collaborer avec des entreprises locales montréalaises et de la région, telles que Bagel le Trou, Domaine des 15 lots, Distillerie de Montréal, Qantu, Chocolat Avanaa, Dunord, Épices de cru, Allo Simonne, et bien d'autres.

**46,67 %**

des produits gastronomiques avaient été conçus par des artisanes et artisans montréalais : Domaine des 15 lots, Épices de cru, Nos cabanes, Camellia Sinesis, Floem, Boîte à bonbons, Kanel

**53,33 %**

des produits gastronomiques avaient été fabriqués à Montréal : Bagel le Trou, Distillerie de Montréal, Qantu, Chocolat Avanaa, Dunord, Allo Simonne, Club Kombucha, Lecavalier Petrone

## 2<sup>e</sup> au classement en Amérique du Nord du *Global Destination Sustainability Index*

Malgré la révision des critères d'évaluation du *Global Destination Sustainability Index* pour une analyse plus pertinente et rigoureuse, Montréal maintient sa position dans le top 3 des destinations en Amérique du Nord et se classe toujours parmi les 40 premières destinations de ce classement mondial.

Ce palmarès mondial en matière de tourisme durable évalue chaque destination en fonction de près de 80 critères. Montréal s'est particulièrement démarquée en matière de gestion de la destination, obtenant une note de 82,43 %. Sa note globale s'établit à 74,77 %, soit une baisse de 0,23 % par rapport à l'année précédente. Cette différence est attribuable à l'ajout de 12 nouveaux critères et à une analyse plus rigoureuse.

*« Tourisme Montréal s'engage avec passion et rigueur à faire de notre destination un modèle international de tourisme durable. Inspirés à innover davantage, nous continuons à rallier les forces internes et accompagner l'écosystème montréalais dans l'intégration des concepts plus écoresponsables. »*

— YVES LALUMIÈRE, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL,  
TOURISME MONTRÉAL

La nouvelle a été publiée sur le portail de TourismExpress et sur le blogue de Tourisme Montréal.

## Des collaborations pour promouvoir la destination

Tourisme Montréal travaille avec des micro-influenceuses et micro-influenceurs montréalais qui agissent comme ambassadrices et ambassadeurs pour faire rayonner divers aspects de notre belle métropole.

En 2024, nous les avons notamment conviés à ces activités :

### Premier événement, le 14 mai 2024 : MTLsocial x Le 9°

Nous avons invité 40 créatrices et créateurs de contenu à découvrir en primeur le nouveau restaurant Île-de-France par Le 9°, situé au Centre Eaton. Cette initiative visait à leur faire découvrir ce lieu emblématique qui met en valeur le patrimoine montréalais.

### Deuxième événement, le 22 août 2024 : MTLsocial x AU/LAB

Nous avons réuni 47 créatrices et créateurs de contenu passionnés de gastronomie et de pratiques plus écoresponsables pour découvrir en exclusivité l'agriculture urbaine sur le toit du Palais des congrès, tout en dégustant des bouchées préparées avec des ingrédients cultivés sur place.



## Une nouvelle certification reconnue pour l'organisation

Tourisme Montréal a atteint un nouveau sommet en se voyant décerner la certification platine en tourisme durable, soit la plus haute distinction de GreenStep, un organisme canadien de certification en tourisme durable reconnu à l'international. Cette reconnaissance confirme notre rôle de leader en matière de développement durable parmi les organisations de gestion de la destination en Amérique du Nord.

Cette certification repose sur des critères du Conseil mondial du tourisme durable\*, qui évaluent les actions en matière de gouvernance, d'impacts sociaux et économiques, d'environnement et de culture.

## Les événements classifiés en développement durable en hausse

En 2024, Tourisme Montréal a démontré son engagement envers la gestion responsable en organisant quatre événements qui ont obtenu une cote de 3 ou plus de la norme du Bureau de normalisation du Québec (BNQ), sur une échelle 1 à 5, où 5 représente la plus haute distinction :

- Lancement de la saison touristique estivale – cote 3
- Cap sur 2025 – cote 4
- Célébration des membres – cote 3
- Assemblée générale annuelle (AGA) – cote 4

Pour chacun de ces événements, un bilan carbone des déplacements des personnes participantes et du comité organisateur a été réalisé en vue de compenser les gaz à effet de serre (GES) émis. L'organisation a d'ailleurs choisi de doubler la compensation de toutes les émissions comptabilisées liées aux déplacements des participants et participantes, témoignant d'un engagement qui dépasse les exigences minimales.



\*GSTC en anglais.

## Des actions variées pour l'inclusion et la diversité

Afin de rendre ses communications plus inclusives, l'équipe de Tourisme Montréal rédige ses descriptions de postes selon les principes de la rédaction épicène. Plusieurs contenus, dont le présent bilan de développement durable, suivent aussi ces règles rédactionnelles.

Quelle que soit la forme de communication (article, campagne, contenu numérique, etc.), la promotion de Montréal se doit de représenter la véritable diversité de la ville. Ainsi, en 2024, nous avons poursuivi nos efforts en matière de sélection de visuels, l'inclusion constituant un critère de sélection prioritaire pour notre équipe.

Par ailleurs, Tourisme Montréal consacre une section de son site web à la communauté LGBTQ+. Cliquez [ici](#) pour la consulter.

D'autres ressources sur le sujet sont également disponibles en ligne :

- [Montréal : ville de diversité et d'inclusion](#)
- [Queer MTL : quoi faire](#)



## L'importance de l'équité salariale

Tourisme Montréal s'assure de respecter la Loi sur l'équité salariale en tout temps. Nous procéderons à notre prochain examen de maintien de l'équité salariale en 2025.

## Les congés parentaux optimisés

Tourisme Montréal offre à son personnel une allocation supplémentaire afin de couvrir la différence entre les prestations du RQAP et le salaire hebdomadaire brut, ce qui permet d'atteindre un taux de remplacement de 100 %.

## Orientation 1.3

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

#### Actions concrètes

- 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
- 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.)
- Promouvoir les entreprises qui agissent pour le développement durable dans le cadre de leurs activités sur les diverses plateformes numériques de Tourisme Montréal
- Augmenter de 30 % le nombre d'entreprises membres certifiées en développement durable

#### La sensibilisation par la formation

Une formation sur les principes de base du développement durable et l'adoption de pratiques responsables en entreprise a été donnée au personnel et aux membres de Tourisme Montréal en mars 2024. Depuis 2022, cette formation est obligatoire pour nos employées et employés, en plus d'être offerte gratuitement à nos membres.

Plusieurs de nos membres ont bénéficié de la formation « La Lueur », une initiative du Phare des AffranchiEs. Ce programme vise à prévenir la traite à des fins d'exploitation sexuelle. Dans ce cadre, un atelier a été organisé en personne en mai 2024 réunissant une trentaine de participant·e·s.

Pour outiller nos membres aux pratiques du développement durable, deux cohortes d'acteurs de l'industrie ont bénéficié de l'accompagnement de spécialistes. La première cohorte, avec le soutien du Guichet unique pour la transition alimentaire (GUTA), a aidé cinq restaurateurs à végétaliser leurs menus et optimiser leurs ressources pour réduire les déchets et le gaspillage alimentaire. Ces cinq restaurants étaient Le Virunga, Ferreira Café, les Brasseurs de Montréal, Les Eaux Douces et le service traiteur du Fairmont Le Reine Elizabeth.

> [Voir l'orientation 4.2](#)

La deuxième cohorte, composée de membres qui organisent ou accueillent des événements, visait à développer les compétences pour organiser des événements aux pratiques plus écoresponsables. En moyenne, dix planificateurs ou gestionnaires ont participé à des ateliers sur des thèmes comme l'entrepreneuriat responsable, la rédaction de politiques, l'approvisionnement responsable et la réduction des GES. Les membres de cette cohorte provenaient de divers lieux emblématiques de Montréal, notamment le MT Lab, le Centre Bell, le Musée McCord, le Musée des beaux-arts, JPdL, Yulism et la Société du Vieux-Port.

#### Des ressources pour l'industrie sur notre site web

Il y a quelques années déjà, l'équipe de développement durable de Tourisme Montréal a créé une page spécialement dédiée à notre Stratégie vers un tourisme plus durable. [Cette page](#) met en valeur les bilans 2022 et 2023 de la Destination harmonieuse, la Politique de développement durable de l'organisation, ainsi qu'une section consacrée à outiller les acteurs de l'industrie touristique.





© HÔTEL SAINT-SULPICE - MONTREAL

## Le développement durable, une activité à la fois

En 2024, Tourisme Montréal a continué de promouvoir des entreprises et des activités locales engagées dans le développement durable. Par le biais de son contenu publié sur son blogue et sur les médias sociaux, l'organisation souhaite encourager les gens à planifier un séjour comprenant des pratiques plus écoresponsables dans la métropole.

### > Voir l'orientation 4.1

Nous avons également bonifié notre site web pour mieux répertorier les entreprises et les attractions qui se démarquent en matière de développement durable. Dans la recherche avancée, il suffit de sélectionner « Entreprise aux pratiques plus écoresponsables ».

## Accompagner les membres vers la certification

Dans le cadre d'un projet pilote avec l'Association hôtelière du Grand Montréal (AHGM), les hôtels participants ont bénéficié d'un diagnostic de leurs pratiques en matière de développement durable, ainsi que de formations. L'objectif ultime de cet accompagnement était l'obtention de la certification GreenStep. En 2024, l'Hôtel Saint-Sulpice a été le premier hôtel québécois à recevoir le niveau argent de cette certification.

### > Voir l'orientation 4.2

## 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

- 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
- Accompagner au moins une jeune pousses annuellement
- Établir le maillage entre les jeunes pousses du MT Lab et les entreprises montréalaises
- 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.)

### Au cœur des tendances de l'industrie avec le MT Lab

Tourisme Montréal est cofondateur et partenaire du MT Lab, le premier incubateur d'innovations en tourisme, culture et divertissement en Amérique du Nord.

#### En 2024, nous avons notamment pris part à :

- deux *Demo Day* pour découvrir les produits et services de jeunes pousses;
- la sélection d'entreprises émergentes qui se joindront au MT Lab;
- un *Reverse pitch* pour présenter nos besoins aux jeunes entreprises;
- trois ateliers sur le tourisme durable animés par notre conseillère en développement durable (les 30 janvier, 16 avril et 5 septembre);
- un 5@7 « Innovations pour l'adaptation aux changements climatiques » avec notre conseillère en développement durable comme conférencière invitée;
- une visite VIP au MT Lab pour faciliter les échanges entre les différents départements de Tourisme Montréal et les jeunes pousses.

### Renforcement des compétences internes en innovation touristique

Les employées responsables de ce partenariat ont complété une attestation de niveau 1 en innovation touristique du MT Lab pour développer davantage leurs compétences en la matière. Nous avons également mis sur pied un comité interne sur l'innovation visant à mieux comprendre les besoins de l'organisation et, ainsi, faciliter les relations avec les jeunes pousses. La première réunion a eu lieu le 19 décembre.

### Lier les jeunes pousses et les entreprises établies

Afin de soutenir les entreprises émergentes du MT Lab, Tourisme Montréal leur offre une visibilité accrue, par exemple en les présentant dans le cadre de la formation en tourisme durable offerte à nos membres. Nous souhaitons favoriser les occasions de réseautage entre entreprises.

### Une expérience immersive avec Hoppin' qui se perpétue

En 2024, Tourisme Montréal a poursuivi son partenariat avec Hoppin', une ancienne jeune pousses du MT Lab spécialisée en réalité virtuelle. Un espace d'expérience immersive a ainsi vu le jour au sein même de Tourisme Montréal.



## Orientation 1.5

### Publier annuellement les succès en développement durable de Tourisme Montréal

#### Actions concrètes

- 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 (infolettres, communiqués de presse, etc.)
- Publier annuellement un rapport de développement durable présentant les efforts déployés par Tourisme Montréal

#### Une synthèse essentielle

Le **Rapport annuel 2024** de Tourisme Montréal présente le résumé de nos efforts et de nos réalisations. Cette ressource met en lumière nos plus récentes avancées en matière de développement durable et notre expertise en tant que destination touristique.

#### Un vaste rayonnement sur le web

> Voir les orientations **1.1, 1.3 et 4.1**

#### Un troisième bilan

Le présent document s'inscrit dans la démarche de Destination harmonieuse lancée en 2022. Il s'agit du troisième bilan annuel présentant les actions de Tourisme Montréal. Réalisé chaque année jusqu'en 2030, cet exercice démontre l'engagement de l'organisation envers la transparence et les pratiques plus écoresponsables.

## 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

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



## **Implication dans des activités sociales**

L'équipe des ventes et affaires a eu l'initiative de réaliser une collecte de dons pour la Mission Bon Accueil afin d'aider les enfants dans le besoin. Nos employé·e·s ont rempli deux voitures de vêtements chauds pour enfants et de jouets. Ces ressources essentielles ont été distribuées aux communautés locales, renforçant ainsi la solidarité. Parallèlement, une activité conjointe a été organisée avec l'organisme Saint-Vincent-de-Paul le 21 mars 2024. Le personnel participant a collaboré au tri des dons pour la boutique, tels que des vêtements, des bijoux, des boîtes de jouets et des appareils électroniques.

## **Rendez-vous gourmands au Parc Jean-Drapeau**

Tourisme Montréal a participé au financement des Rendez-vous gourmands du Parc Jean-Drapeau. Cet événement estival rassemble des chefs de renom et du milieu de la restauration locale afin d'offrir une expérience culinaire exceptionnelle dans un cadre enchanteur, au plus grand bonheur de la population locale et des touristes.



# 2

## Favoriser la 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, visiteuses et visiteurs, congressistes et communautés locales peuvent profiter pleinement du développement touristique, ce qui favorise la cohabitation harmonieuse.



© EVA BLUE

## Orientation 2.1

**Obtenir un résultat de 80 % quant à la perception de la clientèle sondée (touristes, congressistes, organisatrices et organisateurs d'événements) au sujet de l'implication en développement durable de la destination**

### Actions concrètes

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

## Une visibilité croissante pour la destination

> Voir les orientations 1.1, 1.3 et 4.1

## Des sondages auprès de la clientèle

Chaque année, Tourisme Montréal réalise des sondages pour évaluer la satisfaction des touristes et des congressistes.

En 2024, la firme Léger a sondé 1 576 personnes visitant Montréal à des fins récréatives ou professionnelles pour évaluer leur perception de la destination en matière de tourisme durable.

## Les forces de Montréal, selon les résultats du sondage

- Accessibilité des parcs et des espaces en nature urbains :  
**88 %**
- Engagement des festivals envers l'écoresponsabilité :  
**81 %**
- Facilité de circuler à pied :  
**87 %**
- Facilité de circuler à vélo :  
**82 %**
- Entretien des parcs et des espaces en nature :  
**86 %**



## Orientation 2.2

### Consulter et impliquer la population locale dans le développement touristique

#### Actions concrètes

- Créer un comité de résidentes et résidents et réaliser des rencontres fréquentes pour développer une offre touristique en harmonie avec les attentes et les besoins de la population montréalaise
- Effectuer un sondage annuel auprès de la population locale afin de mesurer la satisfaction globale en assurant la représentativité des diverses communautés dans une perspective de diversité, d'équité et d'inclusion



#### La perception positive des Montréalaises et Montréalais

Pour une troisième année consécutive, Tourisme Montréal a évalué la satisfaction de la population locale en ce qui a trait aux activités touristiques. L'enquête s'appuyait sur le *Resident Sentiment Index* (« l'indice de perception des résidents »), un indice développé par *TCI Research*, une agence de recherche basée à Bruxelles et primée par l'Organisation mondiale du tourisme.

Au total, 600 personnes provenant des différents quartiers de Montréal ont rempli notre questionnaire en ligne à l'automne 2024. Parmi elles, 89 % ne travaillaient pas dans l'industrie touristique.

#### Voici quelques résultats marquants de l'enquête 2024

L'indice de **tourismophobie** était de

**5 %**

ce qui est plutôt faible.

**60 %**

des personnes sondées considèrent que le tourisme sur le territoire montréalais génère plus de **conséquences positives**.

**63 %**

des gens affirment **soutenir la croissance du tourisme**.

## Orientation 2.3

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

#### Actions concrètes

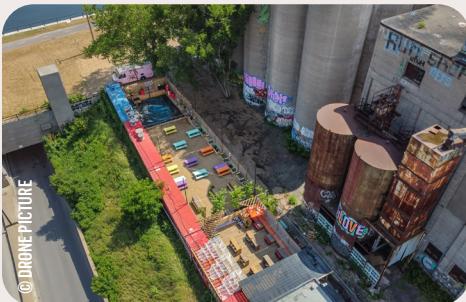
- Promouvoir les attraits des quartiers excentrés pour assurer une bonne répartition des flux
- Réaliser au moins cinq diagnostics touristiques avec les arrondissements de Montréal avant d'entamer de réels investissements et du développement touristique
- Accompagner le développement de projets qui bonifient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

### Les quartiers excentrés sous leur meilleur jour

En 2024, nous avons déployé une stratégie de contenu pour promouvoir les quartiers excentrés et leurs attraits, encourageant ainsi une distribution plus équilibrée du tourisme dans la métropole. Cette démarche s'est traduite par la création et la mise à jour d'articles de blogue sur notre site web, ainsi que par la diffusion de publications vidéo sur nos réseaux sociaux.

#### Articles de blogue :

- [Villeray sous les feux de la rampe](#)
- [Explorez le quartier riverain de Verdun](#)
- [Quartiers de Montréal : découvrez Outremont et Westmount](#)
- [Quartiers de Montréal : découvrez le Mile End](#)
- [Quartier de Montréal : découvrez Verdun](#)
- [Le Technopôle Angus, un quartier bien sur les rails](#)
- [Le quartier Saint-Henri, summum de la coolitude à Montréal](#)
- [5 lieux méconnus pour se détendre et se revitaliser](#)
- [Où aller pour admirer les étoiles à Montréal](#)



## Publications sur nos réseaux sociaux :

- [Saint-Henri et sa célèbre maison rose](#)
- [Promenade Wellington](#)
- [Balade dans Hochelaga-Maisonneuve](#)
- [Détente au bord du canal de Lachine](#)
- [Une promenade dans le quartier Outremont](#)
- [Westmount au printemps](#)
- [Une balade dans la Petite Italie](#)
- [Magie hivernale dans Ville Saint-Laurent](#)
- [Zoo Ecomuseum \(Ouest-de-l'Île\)](#)
- [Esplanade Louvain \(Ahuntsic\)](#)



**montreal • Suivre** Canada Malting Montreal

**montreal** 36 sem Lorsque la mystérieuse cette maison rose, au sommet de la tour de l'ancienne usine de la Canada Malting à St-Henri, se pare de ses plus beaux atours de Noël. 🎅\*

When the mysterious little pink house, at the top of the tower of the former Canada Malting plant in St-Henri, is decked out in its finest Christmas attire. 🎅\*

✓ @jeudiswest (5022-B, rue Saint-Ambroise) #lafete #MTLmoments #mtl #montreal #bonjourmontreal

6 098 J'aime 27 décembre 2024

Connectez-vous pour aimer ou commenter.



**montreal • Suivre** Marché Maisonneuve

**montreal** 62 sem Se promener avec son meilleur ami dans les rues d'Hochelaga-Maisonneuve \*

Walking with your best friend through the streets of Hochelaga-Maisonneuve \*

✓ @marchesmaisonneuve, @larr\_mhm #unvegatidemamanterreal #MTLmoments #mtl #montreal #bonjourmontreal

1 691 J'aime 6 juillet 2024

Connectez-vous pour aimer ou commenter.

Visitez Montréal / Visit Montréal ●

20 février 2024 ⓘ

Une promenade vivifiante dans le quartier Outremont 😊

➡ Eva Blue

📍 avenue Bloomfield Avenue (Outremont)

#MTLmoments

Voir la traduction



**montreal • Suivre** Lower Westmount

**montreal** 69 sem Au printemps, les belles résidences centenaires de Westmount resplendent \*

In spring, Westmount's century-old houses shine \*

✓ @villewestmountcity #chartrand\_monde #MTLmoments #mtl #montreal #bonjourmontreal

3 654 J'aime 19 mai 2024

Connectez-vous pour aimer ou commenter.

## Des projets qui bonifient l'offre touristique montréalaise

Au-delà de la promotion, Tourisme Montréal a une fois de plus contribué financièrement à de multiples projets dans les quartiers périphériques de la ville pour enrichir concrètement l'offre touristique de ces secteurs et mieux redistribuer les flux de touristes.

Événements de 2024 ayant bénéficié du Programme d'aide aux événements, festivals et expositions muséales (PAFÉE) :

- Festival Cabane Panache
- Festival BD de Montréal
- Festival Go vélo Montréal
- Festival Soif de cidre Montréal
- Omnim Banque Nationale
- Les Premiers Vendredis
- ItalfestMTL
- POP Montréal
- Marathon Beneva de Montréal
- Le Village de Noël de Montréal
- International Gymnix
- Festival international de cinéma Vues d'Afrique
- Défi sportif AlterGo

Autres projets soutenus financièrement par le Fonds d'initiatives ponctuelles (FIP) :

- Animation hivernale à l'**Hôtel Ruby Foo's** : patin et illumination pour créer un espace rassembleur
- Réaménagement du **Village au Pied-du-Courant** : première phase du réaménagement du site concrétisée par l'achat de mobilier, en collaboration avec Piknic Électronik
- Activation numérique aux **Premiers Vendredis** : mur des médias sociaux signé par la Société culturelle Les Survenants pour valoriser la participation citoyenne

## Un champ de fleurs en ville

En 2024, Tourisme Montréal a renouvelé son financement à la hauteur de 15 000 \$ pour l'Esplanade Louvain, un espace éphémère qui favorise la biodiversité, le verdissement d'un milieu de vie asphalté et minéralisé, et la répartition des flux touristiques vers les quartiers éloignés. Il s'agit d'un lieu excentré qui redynamise les interactions sociales du quartier entre la population locale et les personnes en visite.



## 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

- 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
- Collaborer étroitement à l'avancement et au positionnement du projet Ambassade culturelle en partenariat avec Tourisme Autochtone Québec
- Sensibiliser et informer les membres de Tourisme Montréal sur les cultures autochtones en partenariat avec Tourisme Autochtone Québec
- Sensibiliser les employées et employés sur la mise en valeur du tourisme autochtone en partenariat avec Tourisme Autochtone Québec

### Consolider les relations avec les communautés autochtones

En 2022, Tourisme Autochtone Québec et Tourisme Montréal ont signé une entente pour rehausser la richesse et la diversité de leurs offres culturelles et assurer le rayonnement des peuples autochtones.

À différents moments en 2024, nous avons organisé des rencontres pour solidifier les liens entre nos deux organisations. Nous avons aussi rencontré des membres des communautés Kanien'kehá:ka de Kahnawà:ke et de Kanehsatà:ke, situées à proximité de Montréal.

En vue de promouvoir l'offre touristique autochtone dans la région de Montréal et aux alentours, nous avons élaboré un document qui présente différentes activités et expériences en lien avec les cultures autochtones.

### Contribuer pour une deuxième année au marché autochtone d'hiver de Kanehsatà:ke

Tourisme Montréal a participé au financement de la deuxième édition du **Marché autochtone d'hiver** de la communauté Kanien'kehá:ka de Kanehsatà:ke, qui a eu lieu en décembre 2024. L'événement a connu un franc succès pour une seconde fois.

### Ateliers de sensibilisation sur les réalités autochtones

Bien qu'aucune formation interne n'ait été dispensée en 2024, Tourisme Montréal maintient son engagement envers la sensibilisation aux réalités autochtones. Des ateliers sont déjà planifiés pour 2025 afin de poursuivre le travail amorcé. Il convient de rappeler qu'un atelier avait été offert aux membres et à plusieurs employé·e·s en décembre 2023, et que l'équipe des ventes et affaires avait également bénéficié d'une formation spécialisée antérieurement.



## 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

- Créer et partager un guide destiné aux organisatrices et 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.)
- Mettre sur pied des programmes d'impacts sociaux en collaboration avec les organisatrices et organisateurs d'événements en débutant par un projet pilote
- 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

### Deux guides pour l'organisation d'événements responsables

En 2022, Tourisme Montréal a rédigé et publié deux guides proposant aux organisateur-trice-s d'événements des actions concrètes à adopter, le *Guide sur les pratiques écoresponsables dans les événements d'affaires* et le *Guide sur les pratiques écoresponsables dans les événements sportifs*. En 2024, ces outils ont été largement diffusés auprès des responsables d'événements afin de les accompagner dans l'adoption de pratiques plus écoresponsables. À titre d'exemple de cette large diffusion, ils sont systématiquement inclus dans toutes les invitations qu'on leur fait parvenir. Ces guides font actuellement l'objet d'une révision.

Lors des tournées de familiarisation avec des personnes organisatrices d'événements, la présentation d'activités et de lieux ayant des pratiques plus écoresponsables est privilégiée.

### Un projet pilote en matière d'impacts sociaux

En 2022, Montréal a accueilli la **24<sup>e</sup> Conférence internationale sur le sida**. Pour plus de détails sur les programmes d'impacts sociaux, consultez le **Bilan annuel 2022 de la Destination harmonieuse**. Bien qu'aucun programme d'impacts sociaux n'ait été déployé en 2024, deux initiatives sont en préparation pour 2025.





© SEBASTIEN RAY

## Des congrès majeurs à Montréal

L'année 2024 a été marquée par l'accueil de plusieurs congrès dans des secteurs stratégiques pour la communauté montréalaise. Ces événements sont classés par domaine d'activité :

### Technologies et énergies à faible taux de pollution

#### 2 ÉVÉNEMENTS EN 2024

##### Événement notable :

- Society for the Study of Evolution – Evolution 2024

### Sciences de la vie

#### 59 ÉVÉNEMENTS EN 2024

##### Événements notables :

- Canadian Association of Perinatal and Women's Health Nurses (CAPWHN) – 2024 CAPWHN Annual Conference
- Environmental Dimension of Antimicrobial Resistance Committee (EDAR) – 2024 EDAR Annual Convention

### Sciences humaines et sociales

#### 27 ÉVÉNEMENTS EN 2024

##### Événements notables :

- Coalition Abolition Prostitution International – 4<sup>e</sup> congrès international contre l'exploitation sexuelle des femmes et des filles (2024)
- One Young World – One Young World Summit 2024

### Sciences sociales – Art et culture

#### 7 ÉVÉNEMENTS EN 2024

##### Événements notables :

- UN-Habitat – The 2024 Innovate4Cities
- Assembly of First Nations – 2024 Annual General Assembly

### Agriculture et bioalimentaire

#### 4 ÉVÉNEMENTS EN 2024

##### Événement notable :

- International Garden Centre Association – IGCA Congress 2024

### Sport

#### 32 ÉVÉNEMENTS EN 2024

##### Événement notable :

- Wheelchair Basketball Canada – 2024 Junior East Championship



## Orientation 2.6

### Maximiser les retombées socioéconomiques des visiteuses et visiteurs

#### Actions concrètes

- 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
- Augmenter la durée moyenne des séjours à plus de trois jours (tourisme lent)
- Offrir des incitatifs (rabais, circuits à réaliser) dans les différents quartiers en collaboration avec nos partenaires et nos membres
- Collaborer avec des influenceuses et influenceurs pour promouvoir le concept de « tourisme lent » consistant à s'imprégner de la destination
- Communiquer et promouvoir annuellement les objectifs et les retombées socioéconomiques du tourisme pour Montréal
- Promouvoir l'hébergement responsable dans les différents quartiers de Montréal

#### Promouvoir l'offre des quartiers

> Voir l'orientation 2.3

#### Découvrir la ville grâce à un passeport saisonnier

Deux éditions du **Passeport MTL**, l'une estivale et l'autre hivernale, sont mises en vente chaque année par Tourisme Montréal, en collaboration avec ses partenaires et ses membres. Cette offre incite à la découverte d'attractions locales, dont plusieurs se trouvent dans des quartiers habituellement moins fréquentés par les touristes.

> Voir l'orientation 3.1

#### La mise en valeur du tourisme en basse saison

Pour encourager les touristes à prolonger leur séjour, Tourisme Montréal a accru la visibilité de la Destination harmonieuse sur les réseaux sociaux. Notre équipe a mis de l'avant une foule d'activités locales, dont plusieurs sont adaptées aux visites en basse saison.

Pour inspirer les gens à savourer le moment présent, nous collaborons avec des ambassadrices et ambassadeurs locaux qui font la promotion d'attraits uniques de la destination.

> Voir l'orientation 3.6



## Durée de séjour à Montréal en 2024 (jours)

	2024	2023	Variation (jours)	Variation (%)
Touristes du Canada	2,04 jours	2,02 jours	+0,02	+1,2 %
Touristes des États-Unis	3,62 jours	3,50 jours	+0,12	+3,4 %
Touristes de l'international	6,89 jours	7,19 jours	-0,30	-4,1 %

SOURCE : ENVIRONICS (VISITOR VIEW)

On observe une augmentation de la durée de séjour des visiteurs et visiteuses du Canada et des États-Unis, tandis qu'on constate une légère baisse pour ceux et celles venant de l'international.

## L'hébergement responsable simplifié

En 2024, Tourisme Montréal a publié un article de blogue présentant les comportements responsables à adopter lorsqu'on séjourne dans un quartier résidentiel. Vous pouvez consulter cet article [ici](#).

### > Voir l'orientation 4.1

De plus, nous continuons de faciliter la recherche d'hôtels ayant des pratiques responsables grâce à la fonction de recherche avancée de notre répertoire web. Pour trouver ces établissements à partir de notre site, il suffit de cliquer sur l'onglet « Où loger » puis de sélectionner le filtre « Entreprise ayant des pratiques écoresponsables ».

## Les retombées du tourisme pour Montréal

Les renseignements sur les objectifs et les retombées socioéconomiques du tourisme pour la destination sont présentés chaque année dans le [Rapport annuel de Tourisme Montréal](#).



## Orientation 2.7

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

#### Actions concrètes

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

### Un don à la Société de développement social de Ville-Marie

En 2024, Tourisme Montréal a contribué à la mission de la Société de développement social (SDS) de Ville-Marie, un organisme aidant les personnes en situation d'itinérance. Ce don de 27 500 \$ a permis de financer Action Médiation, un service de médiation sociale pour améliorer la cohabitation entre les propriétaires de commerces et les personnes vulnérables.

### Deux répertoires, une empreinte positive

Depuis 2022, Tourisme Montréal met à disposition des organisateur-trice-s d'événement deux répertoires des organisations sociales et environnementales pour les encourager à laisser une empreinte positive lors de leur passage dans la ville. Ces outils, actuellement en révision, couvrent des thématiques essentielles comme l'itinérance, l'insécurité alimentaire et la protection de l'environnement.

Notre équipe a activement diffusé ces deux ressources tout au long de 2024 :

- [Répertoire Activités bénévolat](#)
- [Répertoire Dons, recyclage et réemploi](#)

### Soutien aux organisations aidant les personnes en situation d'itinérance

En 2024, l'équipe des ventes et affaires a pris l'initiative de réaliser une collecte de dons au profit de la Mission Bon Accueil. Une activité de bénévolat a également été organisée en partenariat avec l'organisme Saint-Vincent-de-Paul le 21 mars 2024. Les employé·e·s participant·e·s ont contribué au tri des dons destinés à la boutique, notamment des vêtements, des bijoux, des boîtes de jouets, des appareils électroniques et divers autres articles.

> [Voir l'orientation 1.6](#)



# 3

## Renforcer la résilience de la destination

### Principe directeur

/

La destination doit se montrer résiliente et inclusive afin de faire face aux nouvelles crises qui pourraient survenir dans le futur, tout en s'adaptant aux changements climatiques. Notre rôle est de fournir à nos membres les outils nécessaires pour les aider à faire face à ces changements. Le soutien à l'économie locale, l'inclusivité et la mise en valeur de la basse saison sont aussi intrinsèquement liés à cette orientation.



© JAYSON GALLANT

## 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

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

### La découverte locale grâce à Passeport MTL

**Passeport MTL** est un outil de promotion important pour l'achat local. En 2024, 24 444 passeports ont été vendus, générant plus de 80 000 visites d'attractions.

> [Voir l'orientation 2.6](#)



une initiative de  
**TOURISME / MONTREAL**

**Plein d'attractions à petits prix**

## Records multiples pour MTLàTABLE

En novembre 2024, la grande fête de la gastronomie montréalaise MTLàTABLE a battu plusieurs records. Cet événement favorise chaque année la rentabilité de l'industrie de la restauration dans une période habituellement peu achalandée. Après cette 11e édition, 85 % des restaurateurs participants ont affirmé avoir grandement augmenté leurs ventes grâce à l'événement.

### Une 12<sup>e</sup> édition record

Durée

**18 jours**

(17 en 2023)

Participation

**170 restaurants**

(135 en 2023)

Clientèle accueillie

**240 000 personnes**

Retombées

**+ de 15,5 M \$**

(12 M \$ en 2023)

## Miser sur l'approvisionnement responsable

Tourisme Montréal continue d'encourager l'achat local et la réduction de la dépendance au commerce international en favorisant l'approvisionnement local et en sensibilisant les membres à en faire autant. Notre formation sur les principes de base du tourisme durable offerte gratuitement aux membres de l'organisation aborde également les principes clés de l'approvisionnement responsable.

### > Voir les orientations 1.3 et 1.4

Par ailleurs, deux cohortes d'accompagnement et de formation ont été déployées : l'une destinée aux organisations du milieu événementiel (gérée par le Conseil québécois des événements écoresponsables) et l'autre aux restaurateurs (gérée par le Guichet unique pour la transition alimentaire). Le thème de l'approvisionnement local et responsable a été au cœur de ces deux initiatives.

### > Voir l'orientation 1.3

## Culture de l'innovation

Pour faciliter l'implantation de pratiques plus innovantes et valoriser notre partenariat avec le MT Lab, nous avons mis sur pied un comité interne en innovation. La première rencontre s'est tenue en décembre 2024.

### > Voir l'orientation 1.4



## Orientation 3.2

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

#### Actions concrètes

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

## Évaluation de la perception de Montréal

Tourisme Montréal réalise régulièrement des sondages auprès des touristes dagrément et d'affaires pour mesurer leur satisfaction. En 2024, l'enquête menée auprès de 1 576 personnes répondantes a révélé des données encourageantes : 75 % considèrent que Montréal incarne bien l'initiative « **Vivre la ville, ensemble** » et 61 % se disent très satisfaites de la sécurité de la destination.

Cependant, plusieurs aspects restent à développer pour répondre pleinement à cette orientation. Les sondages actuels ne mesurent pas spécifiquement la perception de Montréal comme destination résiliente. De plus, les sondages menés auprès des visiteurs du Bureau d'information touristique de Montréal n'évaluent pas leur perception de Montréal comme destination privilégiée en tourisme durable. Enfin, aucune enquête n'est encore menée auprès des visiteuses et visiteurs potentiels de nos marchés prioritaires.



#### Une nouvelle clause de sécurité globale

Pour renforcer la sécurité de l'écosystème événementiel, Tourisme Montréal a intégré une clause de force majeure dans ses conventions d'aide financière. Cette mesure protège les promoteurs et promotrices d'événements en cas d'annulation due à des circonstances imprévisibles, comme les feux de forêt majeurs, contribuant ainsi à la résilience de l'industrie touristique.

### **Orientation 3.3\***

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

#### **Actions concrètes**

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

*\*Cette orientation, développée durant la crise de la COVID-19, a été retirée suite à l'évolution du contexte sanitaire.*

### **Orientation 3.4**

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

#### **Actions concrètes**

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

### **Une offre de formation grandissante**

En mars 2024, Tourisme Montréal a de nouveau offert sa formation sur les principes de base du tourisme durable. Gratuite pour les membres et obligatoire pour le personnel, cette formation met en lumière les concepts clés du développement durable, les impacts des changements climatiques sur l'industrie touristique et propose plusieurs adaptations concrètes au milieu urbain.



## Fonds pour atténuer les pertes financières des festivals et événements

Afin de renforcer la résilience de l'industrie touristique, Tourisme Montréal a lancé le Fonds d'urgence et d'adaptation aux changements climatiques (FUAC). Cette initiative d'envergure, dotée de 1 M\$, vise à soutenir les festivals et événements extérieurs confrontés à des défis climatiques majeurs et imprévus entraînant des pertes financières non anticipées.

Ce programme d'aide en continu permet aux promoteurs et promotrices de déposer leur demande à tout moment au courant de l'année, jusqu'à épuisement du Fonds. Ce programme d'aide financière est présenté dans la boîte à outils de tourisme durable.

## Élaboration d'un plan d'adaptation aux changements climatiques

Dans le cadre d'une démarche collaborative créée par le ministère du Tourisme en partenariat avec Ouranos, Tourisme Montréal a participé à une cohorte d'accompagnement regroupant plusieurs associations touristiques régionales. Cette initiative nous a permis d'identifier des actions clés en adaptation aux changements climatiques, lesquelles ont été intégrées à la nouvelle stratégie de la Destination harmonieuse.

### Orientation 3.5

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

#### Actions concrètes



Promouvoir sur le site web de Tourisme Montréal les lieux offrant un accès universel et les moyens adaptés pour s'y rendre



S'assurer que 70 % des membres de Tourisme Montréal obtiennent l'attestation de Kéroul\*

\*L'INVENTAIRE COMPLET DES MEMBRES DISPOSANT DE CETTE ATTESTATION RESTE À FINALISER PAR NOTRE ÉQUIPE.

## Des entreprises accessibles mises en valeur sur notre site web

Le site web de Tourisme Montréal contribue à faire connaître les lieux touristiques accessibles grâce à des fiches d'entreprises précisant si l'endroit est accessible ou partiellement accessible aux personnes à mobilité réduite.

Sur notre blogue, deux pages de contenu ciblé – respectivement destinées aux personnes en visite à Montréal et à celles qui y organisent des événements – présentent des ressources utiles en matière d'accessibilité :

- [Information pratique – Accessibilité](#)
- [Améliorez l'accessibilité de vos événements montréalais](#)

## Un site web plus inclusif

La plus récente mise à jour du site web de Tourisme Montréal intègre les normes d'accessibilité WCAG AA, renforçant ainsi notre engagement envers l'inclusion. Des tests d'accessibilité sont effectués par une firme spécialisée afin de s'assurer que le site répond aux besoins des personnes en situation de handicap.



## 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

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

### Lancement du FITHI

Tourisme Montréal, en collaboration avec le ministère du Tourisme (MTO), a lancé le Fonds d'intervention pour le tourisme hivernal (FITHI). Ce fonds vise à structurer et à développer l'offre touristique hivernale à Montréal, en augmentant les nuitées et les dépenses à destination, stimulant ainsi l'économie locale et créant des emplois saisonniers.

Le FITHI soutient les entreprises dans le développement d'une offre élargie d'événements et d'attrait hivernaux dans l'optique d'enrichir le calendrier touristique et d'animer la destination tout au long de l'hiver. En stimulant l'économie de la métropole, le fonds vise à accroître la vitalité économique de la région, tout en favorisant un développement durable et une répartition plus équilibrée de l'achalandage touristique tout au long de l'année.

### Miser sur l'offre de basse saison de Montréal

Tant sur son blogue que sur ses réseaux sociaux, Tourisme Montréal a publié plusieurs contenus pour promouvoir les activités touristiques à privilégier en basse saison.

En voici quelques exemples :

- [Bota-Bota au printemps](#)
- [Festival Art Souterrain](#)
- [Coucher de soleil à l'Oratoire Saint-Joseph](#)
- [Montréal sous les lumières](#)
- [Une journée d'automne à Montréal](#)
- [Une journée au parc du Mont-Royal](#)
- [Murales fleuries pour le printemps](#)
- [Paysage urbain de novembre](#)
- [Beau ciel d'avril](#)
- [Jour de marché au printemps](#)
- [Vélo de printemps](#)
- [Belle fin d'automne](#)

Des collaborations avec des ambassadrices et ambassadeurs locaux ont aussi augmenté la visibilité de l'offre. En tout, plus de 76 vidéos ont été produites et 420 publications ont été diffusées au cours de la période d'octobre 2023 à avril 2024.

> [Voir les orientations 1.2 et 2.5](#)



## Mieux répartir l'achalandage touristique par des campagnes ciblées

En adaptant ses campagnes de promotion, Tourisme Montréal agit concrètement pour une meilleure répartition de l'achalandage touristique, tant dans le temps que dans l'espace. Des campagnes thématiques sont déployées à des moments stratégiques de l'année – comme Pâques, le jour du Souvenir, l'Action de grâce ou la Saint-Valentin – afin d'inciter les visiteuses et visiteurs à découvrir Montréal en dehors des périodes de pointe. Cette approche permet non seulement d'atténuer la pression sur les infrastructures durant la haute saison, mais aussi de mettre de l'avant des événements phares, tels que les

festivals Montréal en lumière et Igloofest, qui dynamisent la saison hivernale.

La mise en œuvre d'une campagne hivernale annuelle permet de valoriser les atouts de la destination durant cette saison. Cette campagne est diffusée à Montréal, ainsi que dans nos marchés prioritaires et de proximité.

### > Voir l'orientation 2.6

## Plus de touristes en basse saison

Le tableau ci-dessous révèle une encourageante hausse de la demande de nuitées dans les hôtels de Montréal en automne et en hiver comparativement à 2019 (année de référence prépandémie), malgré un léger recul par rapport à 2023.

### Demande de nuitées d'hôtels à Montréal

Saisons	Croissance de la demande de nuitées d'hôtels à Montréal			
	2015 à 2024		2019 à 2024	2023 à 2024
	Total	Moyenne	Total	Total
<b>Hiver</b> Décembre, Janvier, Février. Mars	33,8 %	3,8 %	14,7 %	-1,8 %
<b>Printemps</b> Avril, Mai	29,3 %	3,3 %	9,5 %	5,3 %
<b>Été</b> Juin, Juillet, Août, Septembre	25,7 %	2,9 %	10,1 %	4,4 %
<b>Automne</b> Octobre, Décembre	24,9 %	2,8 %	5,1 %	-4,7 %

SOURCE : DONNÉES DE COSTAR STR

## Encourager le tourisme d'affaires en basse saison

Dans le cadre de la stratégie hivernale, Tourisme Montréal bonifie son soutien financier en hiver afin d'encourager les organisateur-trice-s d'événements internationaux et les tierces parties à choisir Montréal durant la basse saison. Les incitatifs offerts sont ainsi plus avantageux en hiver qu'en été.

Pour inciter les congressistes à prolonger leur séjour à Montréal à l'occasion d'un événement, l'organisation fait la promotion des attractions à visiter en basse saison. Un **microsite** dédié présente d'ailleurs l'offre touristique selon les différentes périodes de l'année.



# 4

## Soutenir un développement touristique à faible empreinte environnementale

### Principe directeur

/

Réaliser des actions visant à réduire l'impact environnemental des activités de l'organisation et de l'industrie est au cœur des orientations de ce pilier. Sensibiliser les visiteuses et visiteurs à l'importance de mener des actions à faible impact tout en optimisant leur expérience touristique fait partie de nos initiatives. Nous encourageons la visite des espaces verts, ainsi que l'utilisation du transport en commun et des modes de transport actifs, pour en faire bénéficier à la fois la population locale et les touristes dans une perspective de Destination harmonieuse.



## Orientation 4.1

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

#### Actions concrètes

- Créer du contenu pour vulgariser les bonnes pratiques à privilégier
- Développer des collaborations avec des influenceuses et influenceurs pour promouvoir le tourisme durable
- Développer la campagne « Vivre la ville, ensemble » afin de sensibiliser les touristes aux bonnes pratiques à adopter en matière de développement durable
- Promouvoir les attraits et les entreprises respectant les pratiques de développement durable
- Développer un outil de compensation des GES pour les visiteuses et visiteurs de Montréal, disponible sur le site web de Tourisme Montréal, en collaboration avec nos partenaires

### Des bonnes pratiques communiquées aux touristes

La page [Visitez Montréal en toute harmonie](#) du site web de Tourisme Montréal présente deux initiatives pour voyager à Montréal de façon plus responsable :

#### 1. Vivre la ville, ensemble

Anciennement appelée « Promesse pour un séjour durable », cette initiative présente cinq engagements ayant pour but de sensibiliser les touristes à l'adoption de pratiques responsables. Mise à jour en 2023 selon les principes de la rédaction épicène, elle a été diffusée en 2024 dans plusieurs lieux stratégiques : Palais des congrès de Montréal, Bureau d'information touristique de Montréal, Gare d'autocars de Montréal, Quartier des spectacles, ainsi que dans divers festivals et hôtels partenaires.

#### 2. Le calculateur de l'empreinte carbone

Cet outil permet d'estimer les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées au transport, à l'hébergement et aux repas durant une visite. Les touristes peuvent ensuite compenser ces émissions par un don à Carbone boréal, initiative de l'UQAC qui allie programme de plantation d'arbres et infrastructure de recherche.

Par ailleurs, plusieurs articles de blogue et publications sur nos réseaux sociaux ont mis de

l'avant des pratiques plus écoresponsables réalisées par des organisations de l'industrie touristique, orientant ainsi la clientèle vers des choix plus responsables. Ces contenus présentent notamment des entreprises locales aux pratiques plus responsables, certains ayant été rédigés en 2022 puis mis à jour en 2024. En voici quelques exemples :

- [Un séjour à impact positif à Montréal](#)
- [Les adresses de Montréal qui tendent vers le zéro déchet pour améliorer vos habitudes](#)
- [5 façons de découvrir l'agriculture urbaine à Montréal](#)
- [Produits locaux et cuisine du marché : le meilleur des restaurants montréalais](#)
- [Votre guide cadeaux montréalais](#)
- [Des idées de cadeaux et d'activités pour la fête des Pères à Montréal](#)
- [Des idées pour la fête des Mères](#)
- [Guide de magasinage pour les foodies à Montréal](#)
- [Les saveurs d'Haïti s'emparent de Montréal](#)
- [Douceurs pour prendre soin de soi à Montréal](#)
- [Des souvenirs montréalais vraiment cool](#)
- [Découvrir les nations autochtones à Montréal](#)
- [Découvrez Montréal en transport collectif!](#)





© CAROLINE PERRON PHOTOGRAPHIE

## Le tourisme plus durable dans les yeux d'ambassadrices et ambassadeurs locaux

> Voir l'orientation [1.2](#)

### 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

- 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
- Créer un comité externe constitué de personnes détenant une expertise en développement durable ou représentant les principaux secteurs clés de l'industrie
- Intégrer le développement durable dans la réalisation de projets créés en collaboration avec des partenaires
- Collaborer avec les organisatrices et organisateurs d'événements pour intégrer le développement durable dans leurs événements
- 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
- Accompagner 20 établissements afin qu'ils soient certifiés en développement durable
- Aider au financement de festivals et événements ayant des pratiques de développement durable et misant sur la diversité, l'équité et l'inclusion dans leurs événements

## **Collaborer avec nos partenaires pour développer un tourisme plus responsable**

Développer une destination reconnue en développement durable requiert la collaboration de plusieurs partenaires. En 2024, Tourisme Montréal a collaboré avec les partenaires suivants :

### **Association hôtelière du Grand Montréal**

En collaboration avec l'Association hôtelière du Grand Montréal, un programme a été mis en place pour aider les hôtels à adopter des pratiques plus écoresponsables dans leur chaîne de valeur : économie circulaire, approvisionnement durable, zéro déchet, réduction des déchets alimentaires, élimination des plastiques à usage unique, compostage, etc.

Dans le cadre de ce programme, nous avons offert aux hôtels des formations portant sur différents sujets liés au développement durable (gestion des déchets, économie circulaire, gestion et gouvernance) et nous avons remis un plan d'action à chacun. L'objectif ultime de cet accompagnement est d'aider les hôtels membres du projet pilote à obtenir la certification de l'organisme canadien GreenStep. En 2024, l'Hôtel Saint-Sulpice s'est mérité la certification niveau *argent*.

### **> Voir l'orientation 1.3**

### **Guichet unique pour la transition alimentaire (GUTA)**

Tourisme Montréal a mandaté le GUTA pour mettre en place un programme de soutien personnalisé ouvert à tous les établissements offrant un service de restauration dans la destination. Cette initiative comprend un diagnostic effectué sur site afin d'identifier les enjeux et les besoins de chaque établissement en matière de pratiques responsables, suivi de l'élaboration d'un plan d'action personnalisé. Cinq restaurants ont bénéficié de l'accompagnement du GUTA : Le Virunga, Ferreira Café, les Brasseurs de Montréal, Les Eaux Douces et le service traiteur du Fairmont Le Reine Elizabeth.

### **> Voir les orientations 1.3 et 4.7**

## **AU/LAB**

Montréal étant reconnue comme l'une des leaders mondiales de l'agriculture urbaine, Tourisme Montréal et le Laboratoire sur l'agriculture urbaine (AU/LAB) ont signé une entente visant à soutenir des projets d'agriculture urbaine et d'approvisionnement local pour les restaurants et hôtels de Montréal. Ce programme vise à favoriser l'approvisionnement ultralocal en légumes et fleurs dans les restaurants de Montréal.

Il est important de souligner que le toit du Palais des congrès est en régie biologique et utilise du compost biologique. Le fumier utilisé, appelé « frass » (fumier d'insectes), provient d'insectes nourris avec des pertes alimentaires des supermarchés montréalais, constituant ainsi un engrangé issu de l'économie circulaire.

### **> Voir l'orientation 4.7**

### **Société de développement commercial (SDC) District Central**

Le projet Prairie Louvain est une initiative soutenue par Tourisme Montréal. Ce projet vise à embellir et revitaliser une friche en y intégrant des éléments de biodiversité. Lancée à l'été 2023, la première phase comprenait la plantation de 10 000 tournesols. En 2024, le projet s'est poursuivi avec l'ajout de nouvelles initiatives visant à favoriser la biodiversité et l'économie circulaire.

### **> Voir l'orientation 4.7**

### **Conseil québécois des événements écoresponsables (CQEER)**

Afin d'augmenter le nombre d'événements locaux intégrant des pratiques de développement durable, notre équipe a mandaté le Conseil québécois des événements écoresponsables. Cette collaboration s'est concrétisée par cinq ateliers destinés à accompagner les organisateur-trice-s de festivals et événements dans l'adoption de pratiques plus écoresponsables.

### **> Voir l'orientation 1.3**



## Pour des événements et projets aux pratiques plus écoresponsables

Nos programmes de financement intègrent désormais des critères de développement durable. Ce faisant, nous demandons aux organisateur-trice-s d'identifier les actions concrètes qui s'inscrivent dans ce domaine. Ces initiatives sont comptabilisées dans la grille d'évaluation de l'événement, ce qui influence la note globale qui lui est octroyée et, par conséquent, l'aide financière accordée.

En parallèle, nous avons fait classifier plusieurs événements de Tourisme Montréal selon la cote en développement durable du Bureau de normalisation du Québec (BNQ).

> [Voir l'orientation 1.2](#)

## Un comité externe en développement durable

En 2022, Tourisme Montréal a rassemblé des personnes détenant une expertise en développement durable ou en tourisme pour former un comité externe. Cette instance permet de mieux cerner les besoins de l'industrie touristique et d'accompagner la réalisation des actions du cadre de la Destination harmonieuse.

En 2024, les membres du comité étaient :

- **Marie-Ève Brunet**, consultante en stratégie et mobilisation (présidente du comité)
- **Jean-Sébastien Boudreault**, président-directeur général, Association hôtelière du Grand Montréal
- **Nicolas Cournoyer**, cofondateur et vice-président, Affaires publiques et responsabilité sociétale, Multicolore, Igloofest et Piknic Électronik
- **Daye Diallo**, économiste en chef, Institut du Québec
- **François Miller**, directeur exécutif, Bureau du développement durable, Université McGill
- **Martin Massé**, vice-président, Affaires publiques, Aéroports de Montréal
- **Laurence Coulombe**, coordonnatrice, Programmation scientifique en adaptation, Ouranos

- **Manuela Goya**, vice-présidente, Développement de la destination et affaires publiques, Tourisme Montréal (secrétaire du comité)
- **Sarah Justine Leduc-Villeneuve**, directrice, Développement de la destination, Tourisme Montréal
- **Fanny Beaulieu Cormier**, conseillère, Développement durable, Tourisme Montréal
- **Esther Bourgoin**, coordonnatrice, développement durable, Tourisme Montréal

## Un incitatif pour les événements d'affaires aux pratiques plus écoresponsables

Cet incitatif financier est en cours de révision. Les détails suivront en 2025.

## Un guide utile aux responsables d'événements

En 2024, le Guide sur les pratiques écoresponsables dans les événements d'affaires a été diffusé aux organisateur-trice-s d'événements afin de les inciter à adopter des pratiques plus écoresponsables.

> [Voir l'orientation 2.5](#)

## Deux répertoires pour changer les habitudes

Cette année encore, les répertoires d'organisations sociales et environnementales de Tourisme Montréal ont été des outils de référence pratiques pour les organisateur-trice-s d'événements de passage dans la métropole. Bien qu'ils soient en cours de révision, vous pouvez les consulter en ligne :

- [Répertoire Activités bénévolat](#)
- [Répertoire Dons, recyclage et réemploi](#)

> [Voir l'orientation 2.7](#)



## Un appui pour les événements visant la diversité

En 2024, Tourisme Montréal a poursuivi son appui financier à des événements locaux qui mettent en valeur la diversité culturelle et l'inclusion :

- Biennale d'art contemporain autochtone (BACA)
- Défi sportif AlterGo
- Festival Fierté Montréal
- Festival international de cinéma Vues d'Afrique
- Festival international Nuits d'Afrique
- Festival international Présence autochtone
- Festival Orientalys
- JOAT Festival international de street dance
- Exposition *Manasie Akpaliapik. Univers inuit* (Musée McCord Stewart)



### MUNDIAL MONTRÉAL

- Exposition *Noire, la vie méconnue de Claudette Colvin* (Centre PHI)
- Mundial Montréal
- Marché de Nuit Asiatique



FESTIVAL INTERNATIONAL NUITS D'AFRIQUE

## 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 propriété)**

### Actions concrètes

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

## Des projets pour redynamiser les quartiers centraux

En 2024, plusieurs projets ont reçu une aide financière dans le but de dynamiser les quartiers du centre-ville :

- **Nouvel An lunaire (MURAL) :** Afin de dynamiser la saison hivernale et le Quartier chinois, des installations hivernales y ont été mises en place, telles qu'une arche, un arbre à souhaits, des mini-sculptures, de la signalétique, des projections et des lanternes.
- **La GÉANTE à la Place Ville Marie (TOHU) :** Pour une troisième année consécutive, cette collaboration a permis l'installation d'un colosse d'acier qui s'est dressé au pied de l'Anneau sur l'Esplanade de la Place Ville Marie. L'installation a proposé pendant quatre semaines deux représentations par jour d'un spectacle circassien de haute voltige par la compagnie montréalaise Les 7 Doigts.



## AU/LAB : soutien à l'agriculture urbaine

Pour faire honneur à sa position de leader en l'agriculture urbaine, Tourisme Montréal a signé une entente avec le Laboratoire sur l'agriculture urbaine (AU/LAB) visant à soutenir des projets d'agriculture urbaine et d'approvisionnement local pour les restaurants et hôtels de Montréal. Cette initiative vise à favoriser l'approvisionnement ultralocal en légumes et fleurs dans les restaurants montréalais.

> Voir les orientations [4.2](#) et [4.7](#)

## Un patrimoine à préserver

Dans le cadre de la [consultation publique tenue par l'OCPM](#) en 2024, Tourisme Montréal a rédigé un mémoire portant sur le [Plan d'urbanisme et de mobilité 2050 de la Ville de Montréal](#). Ce document, intitulé « Valoriser le patrimoine et les paysages qui participent au caractère pluriel de l'identité montréalaise », témoigne de l'engagement de l'organisation envers la préservation du patrimoine montréalais. Tourisme Montréal s'y est notamment positionnée en faveur des mesures invitatrices pour assurer la pérennité du patrimoine.

## Le 9<sup>e</sup>

Tourisme Montréal a soutenu la revalorisation du restaurant Le 9<sup>e</sup> (restaurant Île-de-France) du Centre Eaton. Il s'agit d'un joyau du patrimoine montréalais et un bel exemple de mise en valeur du patrimoine bâti.

## Une participation à plus de 35 événements et projets culturels

Tourisme Montréal aide financièrement la réalisation de nombreux événements et projets culturels dans les quartiers centraux de la ville. En 2024, l'organisation a soutenu financièrement 30 événements et six projets culturels locaux, dépassant son objectif initial de cinq.

## 30 événements financés par le PAEF

- Défi canot à glace
- APIK
- Festival Art Souterrain
- Jeux Urbains
- Plural
- Concours musical international de Montréal (CMIM) édition Piano 2024
- Festival TransAmériques
- Mondial de la bière
- Festival de musique de chambre de Montréal
- Montréal Complètement Cirque
- Mtl en Arts
- SOULFEST MTL
- JOAT Festival international de street dance
- ComediHal Fest-Québec
- Festival Orientalys
- Marché de Nuit Asiatique
- Village Numérique MUTOPIA
- MUTEK
- Festival M.A.D.
- Festival Bach Montréal
- Festival Quartier Danses
- Festival international Présence autochtone
- Festival Nuits d'Afrique
- Fierté Montréal
- MONTRÉAL EN LUMIÈRE
- Festival de Jazz
- Francos
- Igloofest
- Le Grand Marché de Noël
- Noël dans le Parc



## Six projets financés par le FIP

- Village au Pied-du-Courant 2024 : première phase de réaménagement du site (achat de mobilier) (Groupe Multicolore)
- Montréal, ville du vélo (Fitz Montréal)
- Rendez-vous circassien estival au Jardin du Monastère (Le Monastère)
- Revitalisation de l'espace extérieur sur la rue Victoria (Musée McCord Stewart)
- Les Jardins du musée (Musée des beaux-arts de Montréal)
- Cercle Polaire – phase 2 (Expérience centre-ville)

## Des initiatives pour encourager la mobilité active

Parmi les initiatives financées par Tourisme Montréal en 2024, deux se démarquent particulièrement car elles encouragent la mobilité active des personnes en visite par l'exploration à pied et l'utilisation du vélo :

- **À pied** : le parcours *Le Mignonisme* par Philippe Katerine a constitué une expérience artistique composée de quinze sculptures roses monumentales, les *Monsieur Rose*, installées dans le Quartier des spectacles et le centre-ville de Montréal du 7 mai au 29 septembre 2024. Cette initiative a encouragé les visiteurs et visiteuses à explorer la ville à pied.
- **À vélo** : le soutien accordé à l'entreprise Fitz Montréal pour l'achat de 24 vélos électriques et de deux vélos cargos à offrir à sa clientèle a favorisé l'utilisation du vélo pour découvrir la ville.

En complément, sur notre site web, chaque fiche d'information d'entreprise ou d'attraction montréalaise répertorie la mobilité durable disponible pour atteindre la destination. Cette approche permet de faciliter la planification des voyages des touristes et des congressistes.

## Sensibilisation et promotion de la mobilité durable

Au cours de l'année, notre équipe a produit de nombreux contenus pour encourager la population locale et la communauté des affaires à adopter la mobilité douce et durable. Ces contenus proposent notamment des idées d'activités à vélo, des excursions à pied et des suggestions d'exploration responsable. L'article [Vivre la ville, ensemble](#) illustre parfaitement cette approche. Cette démarche inclut également plusieurs autres articles de blogue, dont certains publiés auparavant et mis à jour en 2024, ainsi que des publications vidéo sur nos réseaux sociaux.

### Articles de blogue :

- [Découvrez Montréal en transport collectif!](#)
- [Déambulez tout l'été dans les rues piétonnes de Montréal](#)
- Itinéraires, locations d'équipement et visites guidées pour découvrir Montréal à vélo
- [Les plus belles promenades à Montréal](#)
- [Guide du réseau souterrain de Montréal](#)
- Montréal est une ville où il est facile de se déplacer
- [Rester en forme à Montréal : guide pour un voyage sportif](#)

### Publications sur nos réseaux sociaux :

- [Festival Go vélo](#)
- [BIXI électriques](#)
- [Vélo de printemps](#)
- [Balade à vélo](#)
- [Vélo d'hiver parc Jean-Drapeau](#)
- [Visites guidées](#)
- [Promenade avec son chien](#)
- [Retour des rues piétonnes](#)
  - [Piétonnisation de la Promenade Wellington](#)
  - [Piétonnisation de la Promenade Ontario](#)

Pour le secteur du voyage, nous faisons la promotion de la marche, du vélo ou du BIXI et du réseau piétonnier souterrain à l'aide d'une multitude de faits et d'anecdotes.



## Orientation 4.4

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

### Actions concrètes

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

## La mobilité durable facilitée

Chaque fiche d'entreprise disponible sur notre site web indique clairement les moyens de transport actif et durable permettant de rejoindre la destination.



© CAROLINE PERRON

## Des itinéraires pour voir la ville autrement

Tout au long de l'année 2024, notre équipe a créé et promu des itinéraires à pied ou à vélo destinés à encourager la population locale ainsi que les touristes à découvrir ou redécouvrir la métropole différemment. Voici quelques exemples de contenus diffusés, certains ayant été mis à jour durant l'année :

- [Les plus belles promenades à Montréal](#)
- [Un séjour à impact positif à Montréal](#)
- [Découvrez Montréal en transport collectif!](#)
- [Les rues sans voitures de retour à Montréal](#)
- [Le guide du Montréal cycliste : itinéraires, visites guidées sur deux roues et services de location](#)

## Un avantage qui transporte

Depuis 2022, l'ensemble du personnel de Tourisme Montréal bénéficie d'un rabais allant jusqu'à 60 % sur son titre mensuel de transport en commun.

## 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

- Mesurer l'empreinte carbone de Tourisme Montréal en réalisant un bilan carbone annuel
- Compenser l'empreinte carbone liée aux déplacements du personnel et des partenaires invités
- Opter pour des trajets à faible empreinte carbone (covoiturage, vols directs, train, transport en commun)
- 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
- Opter pour des biens à faible empreinte carbone au sein des activités de Tourisme Montréal
- Veiller à ce que tous les kiosques de Tourisme Montréal soient faits de matériaux recyclés ou biosourcés

### Bilan carbone de l'organisation

En 2024, l'organisation a réalisé son bilan carbone de l'année 2023. Cet exercice bisannuel a été mené en collaboration avec CT Consultant qui a procédé à l'analyse des données compilées par Tourisme Montréal.

**Résultat encourageant :** on observe une réduction globale de 13,1 % des émissions de GES par rapport à 2019.

Cette baisse s'explique par plusieurs facteurs :

- une diminution du nombre de déplacements par avion;
- une réduction du tirage des guides touristiques imprimés;
- une diminution de la consommation énergétique des bureaux.

### Réduire et compenser les émissions

En 2024, tout en poursuivant ses efforts de réduction à la source, Tourisme Montréal a compensé la totalité de l'empreinte carbone liée aux déplacements professionnels de son personnel, de sa clientèle et des médias invités à découvrir la destination.

En collaboration avec Planetair, Tourisme Montréal s'est engagée en 2024 dans une démarche de double compensation des déplacements d'affaires de son personnel, de sa clientèle et de ses médias invités. Ainsi, pour 73,52 tonnes de CO<sub>2</sub> émises, l'organisation a compensé 147,04 tonnes de CO<sub>2</sub>, soit le double des émissions réelles, pour un investissement de 3 308 \$.

Cette somme sert à financer, en parts égales :

- des projets de préservation de milieux naturels dans la région métropolitaine;
- Des projets liés aux énergies renouvelables certifiés Gold Standard.



## Des événements internes plus responsables

Lors d'événements destinés à ses membres ou à son personnel, Tourisme Montréal propose des options de transport en commun pour se rendre à destination. De plus, lorsque nous accueillons des organisateur·trice·s d'événements à Montréal, les visites de repérage se font souvent à pied.

## Des mesures efficaces pour réduire les déchets

Plusieurs actions internes permettent à Tourisme Montréal de réduire ses déchets tout en favorisant l'économie circulaire et la mutualisation d'équipements. Par exemple :

- Mise en place d'un système de gestion des matières résiduelles dans les bureaux qui incite le personnel au recyclage et au compostage.
- Minimisation de l'utilisation des plastiques à usage unique en privilégiant la vaisselle lavable, ce qui réduit la production de déchets liée à nos événements.
- Redistribution des surplus alimentaires après nos événements, en partenariat avec les responsables de la salle et les services de traiteur.
- Réutilisation d'affiches d'événements passés pour créer de nouvelles affiches.

En 2024, nous avons collecté chaque semaine en moyenne environ 15 kg de matières organiques destinées au compost. Il convient de noter que ce chiffre est approximatif, la pesée n'ayant pas été effectuée de façon systématique tout au long de l'année.

Bien qu'il ne soit pas possible de déterminer le pourcentage exact de réduction des déchets produits, nous engageons des efforts constants pour les réduire à la source.

## Favoriser l'achat local et responsable

En 2022, Tourisme Montréal a adopté une politique d'achats et d'approvisionnement durable pour privilégier l'achat de produits conçus et fabriqués à Montréal. Un comité interne s'assure du respect de cette politique, qui fait actuellement l'objet d'une révision.

Désormais, les cadeaux offerts par Tourisme Montréal se composent essentiellement de produits locaux. De plus, pour minimiser notre empreinte carbone, nous achetons en priorité des produits alimentaires locaux pour les repas servis lors de nos événements.

> [Voir l'orientation 1.2](#)

## Un kiosque renouvelé

En 2023, Tourisme Montréal a fait l'acquisition d'un nouveau kiosque pour ses événements. La conception et la fabrication ont été effectuées dans une perspective de durabilité et de respect de l'environnement. Ce kiosque a été conçu pour être réutilisé pendant de nombreuses années. Ses principales caractéristiques comprennent :

- un éclairage écoénergétique à DEL;
- une structure en aluminium, durable et recyclable (version américaine);
- des tables et banquettes en bois (version canadienne);
- un revêtement de tissu fait de matériaux recyclés ou recyclables;
- un rembourrage fabriqué à 100 % à partir de déchets post-industriels.



## Orientation 4.6

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

### Actions concrètes

- Donner des formations aux actrices et acteurs de l'industrie sur les solutions de rechange aux plastiques à usage unique
- 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
- Bannir les plastiques à usage unique dans les activités de Tourisme Montréal

### Des solutions à la portée des membres

Encore cette année, Tourisme Montréal a profité des formations destinées à ses membres pour proposer plusieurs solutions permettant de remplacer les plastiques à usage unique, notamment les initiatives montréalaises La Tasse ou Retournzy. Cette démarche vise à favoriser l'économie circulaire et la réduction des déchets à la source au sein de l'industrie touristique montréalaise.

#### > Voir l'orientation 1.3

En outre, la boîte à outils de tourisme durable de Tourisme Montréal présente de nombreux fournisseurs et entreprises œuvrant en développement durable, comme Retournzy et Bopaq.



© ALISON SIATTERRY

### Limiter l'utilisation du plastique à usage unique

L'utilisation des plastiques à usage unique est limitée autant que possible dans les événements organisés par Tourisme Montréal. Certains événements se sont d'ailleurs mérité une cote de la norme du Bureau de normalisation du Québec pour leurs pratiques responsables.

#### > Voir l'orientation 1.2

## 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

- Encourager et soutenir le verdissement de la destination en travaillant avec les partenaires, ainsi que les organisations du milieu
- Contribuer à sensibiliser l'industrie touristique afin de réduire le gaspillage alimentaire dans l'industrie touristique montréalaise
- Valoriser l'économie circulaire auprès de l'industrie touristique à l'aide d'une formation sur le sujet

## Encourager la biodiversité et le verdissement

Le projet Prairie Louvain, soutenu par Tourisme Montréal, vise à revitaliser une friche urbaine en y intégrant des éléments favorisant la biodiversité. La première phase, déployée à l'été 2023, a compris la plantation de 10 000 tournesols. En 2024, le projet s'est poursuivi avec de nouvelles initiatives axées sur le renforcement de la biodiversité et la promotion de l'économie circulaire.

> Voir l'orientation 4.2

## Encourager l'agriculture urbaine et les circuits courts

Dans le cadre de notre partenariat avec le Laboratoire sur l'agriculture urbaine (AU/LAB), gestionnaire du projet de toit vert du Palais des congrès, Tourisme Montréal a contribué activement à l'agriculture urbaine à Montréal. Cette entente vise à encourager les entreprises du milieu de l'industrie touristique à privilégier les aliments locaux, réduisant ainsi les GES liés à leur transport.

Les légumes frais produits sur le toit sont désormais au menu de plusieurs restaurants du centre-ville, dont le Mélisse, le Henri, le Restaurant de l'ITHQ, le Kamúy, le Galaxie Brasserie et le Maestro Culinaire, offrant des produits frais et locaux aux visiteuses et visiteurs comme à la population locale.

En 2024 :

- la ferme urbaine sur le toit du Palais des congrès de Montréal a produit près de 3,7 tonnes de légumes;
- 1 600 kg ont été vendus aux restaurants partenaires;
- 1 850 kg ont été donnés à des partenaires sociaux.



## Une formation pratique

Dans le cadre de la formation gratuite sur le développement durable offerte aux membres et au personnel de Tourisme Montréal, les concepts d'économie circulaire et de réduction du gaspillage alimentaire ont été expliqués à travers des exemples concrets et inspirants, d'ici et d'ailleurs. Cette initiative vise à sensibiliser les acteur·trice·s de l'industrie à la réduction des matières résiduelles à la source.

La thématique de l'économie circulaire a également été abordée dans les formations et l'accompagnement réalisés avec le CQEER et GUTA, contribuant à renforcer la compréhension et l'adoption de pratiques circulaires parmi les membres de Tourisme Montréal.

> [Voir les orientations 1.3 et 4.2](#)

## Un nouveau partenariat pour réduire le gaspillage alimentaire

En 2024, Tourisme Montréal a conclu un partenariat stratégique avec La Tablée des Chefs pour favoriser la récupération des surplus alimentaires issus de l'industrie touristique montréalaise. Cette entente a pour objectif de mobiliser les membres de Tourisme Montréal autour d'un objectif commun : réduire le gaspillage tout en soutenant la sécurité alimentaire.

Les aliments récupérés sont redistribués à des organismes communautaires locaux qui viennent en aide aux populations vulnérables. Grâce à un tableau de bord fourni par La Tablée des Chefs, Tourisme Montréal est en mesure de suivre l'évolution annuelle des quantités récupérées à destination.

## Orientation 4.8

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

#### Actions concrètes

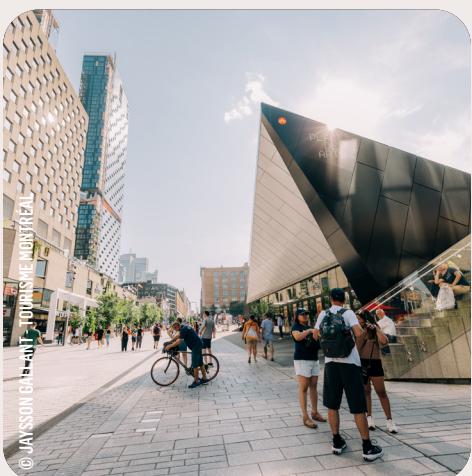
- Offrir un point de ravitaillement en eau au Bureau d'information touristique de Montréal afin de réduire l'achat de bouteilles d'eau à usage unique
- Sensibiliser l'industrie touristique, et les employées et employés quant à la réduction de l'eau consommée dans leurs activités d'entreprise

## Des fontaines d'eau au cœur du centre-ville

Depuis décembre 2023, une fontaine d'eau potable permettant de remplir les bouteilles réutilisables est accessible au Bureau d'information touristique de Montréal, contribuant à limiter l'usage de contenants à usage unique.

Dans le but promouvoir l'initiative auprès des touristes comme de la population locale, des visuels ont été installés sur les fontaines du Quartier des spectacles, incitant ici les gens à remplir leur bouteille d'eau réutilisable.

Il est à noter qu'à ce jour, aucune action spécifique n'a encore été déployée pour sensibiliser les employé·e·s de Tourisme Montréal à la réduction de leur propre consommation d'eau.



# Conclusion

/

En 2024, Tourisme Montréal a renforcé son rôle de leader en matière de développement durable. Notre équipe a réalisé 50 actions concrètes sur un total de 106 actions prévues dans le cadre de la Destination harmonieuse.

## En un coup d'œil Faits saillants de 2024

- Participation à **6 événements** liés au développement durable
- Maintien dans le **Top 3** en Amérique du Nord du *Global Destination Sustainability Index 2024*
- Obtention de la **certification platine** de l'organisme canadien GreenStep

Le Cadre d'intervention en tourisme durable de Tourisme Montréal s'inscrit dans une démarche évolutive et proactive. Nos actions seront révisées régulièrement afin de demeurer en phase avec les enjeux actuels.

Dans cette perspective, une révision complète de notre Cadre d'intervention

en tourisme durable sera publiée en 2025, sous son nouveau nom « Stratégie vers un tourisme plus durable ». Élaborée en collaboration avec les parties prenantes de l'industrie touristique montréalaise, cette mise à jour vise à mieux répondre aux besoins de l'industrie en réalisant la totalité des actions d'ici 2030, un objectif ambitieux auquel nous restons fermement attachés.

Ce rapport constitue le troisième bilan annuel de la Destination harmonieuse depuis son lancement en mai 2022. Il reflète notre engagement envers la transparence, en présentant aussi bien les avancées réalisées que les actions à venir. Il représente un outil clé de dialogue avec les actrices et acteurs du tourisme, ici comme à l'international.

Fière du chemin parcouru, l'équipe de Tourisme Montréal considère ce bilan 2024 comme un tremplin vers la concrétisation de sa vision à long terme.

**Ainsi, nous maintenons le cap sur un tourisme toujours plus durable, en 2025 et au-delà.**

