



**/ CONSULTATION SUR LE PROJET  
DE LOI N° 15 : LOI SUR LA  
SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT  
ET DE MISE EN VALEUR DU  
PARC OLYMPIQUE**

# Table des matières

Tourisme Montréal et orientations stratégiques.....	2
Position de Tourisme Montréal .....	3
Éléments de réflexion.....	4
Le tourisme sportif .....	4
L'hébergement.....	5
L'offre commerciale .....	5
La portée culturelle .....	6
Le projet de remplacement du toit du Stade olympique .....	6
Le verdissement.....	6
Le caractère familial.....	7
La mobilité.....	7
Conclusion.....	8

# Tourisme Montréal et orientations stratégiques

Tourisme Montréal est un organisme à but non lucratif privé qui œuvre à développer et faire rayonner Montréal comme destination qui se distingue par les expériences uniques et authentiques qu'elle offre à ses visiteurs, tout en maximisant les retombées économiques.

L'organisme compte sur l'appui de plus de 900 membres et partenaires. Ayant su s'adapter et faire face aux défis du tourisme — tendances des marchés technologiques, organisationnels, besoins de la communauté — Tourisme Montréal a récemment adopté quatre orientations stratégiques venant redéfinir le rôle et les actions de l'organisation sur les marchés touristiques et auprès de la communauté.

- Optimiser la performance commerciale de Tourisme Montréal;
- Faire rayonner l'authenticité, la vivacité et la créativité de Montréal;
- Placer l'expérience du visiteur au cœur des interventions de Tourisme Montréal;
- Contribuer activement au développement de la destination urbaine.

Dans le cadre de son mandat, Tourisme Montréal joue un rôle prépondérant dans la gestion et le développement de l'offre touristique montréalaise. Cela l'amène à se prononcer sur les enjeux du développement économique, urbain et culturel de la métropole. L'organisation veille au développement du produit touristique montréalais au regard de l'évolution des marchés, et suivant des stratégies visant principalement à augmenter l'attractivité de la métropole en toutes saisons et à mettre en valeur son caractère distinct.

Plus particulièrement, Tourisme Montréal accompagne des projets en cours, ou projetés, pour Montréal et participe à attirer de nouveaux investissements favorisant la diversification de l'offre récréotouristique et événementielle de Montréal, tout en améliorant la qualité de vie du résident.

La réalisation des orientations stratégiques ne peut se faire qu'en cohérence avec les partenaires du milieu. Assurer un développement touristique qui contribue à l'économie montréalaise tout en améliorant la qualité de vie des Montréalais s'avère être l'une des priorités de l'organisation.

## Position de Tourisme Montréal

Tourisme Montréal accueille favorablement le dépôt du projet de loi n° 15 visant principalement à transformer la Régie des installations olympiques (RIO) par la nouvelle Société de développement et de mise en valeur du Parc olympique (SDMVPO).

N'ayant pas été modernisé depuis 45 ans, le mandat de la RIO demeure principalement axé sur le maintien des actifs et l'entretien des installations. Les dispositions prévues à ce projet de loi donneront à la nouvelle SDMVPO les outils nécessaires pour accroître le potentiel touristique du Parc olympique et pour consolider sa vocation de pôle majeur dans l'est de Montréal.

Depuis plusieurs années, Tourisme Montréal souhaite que se développe une offre touristique dans l'axe est-ouest de Montréal, en complément des circuits traditionnels qui relient le Vieux-Montréal, le centre-ville et le Mont-Royal. Ainsi, ce projet de loi est un atout supplémentaire pour le développement de la destination urbaine, favorisant une répartition stratégique des touristes, et stimulant le développement de quartiers à fort potentiel touristique, dont le secteur du Parc olympique.

En effet, l'adoption du projet de loi n° 15 procurera à la SDMVPO une autonomie accrue lui permettant d'assurer la gestion des partenariats d'affaires et lui conférant une plus grande agilité dans l'exploitation de son potentiel commercial, événementiel et touristique. Ce faisant, la SDMVPO deviendra davantage concurrentielle et pourra se positionner de façon plus stratégique sur le marché du tourisme, contribuant, par le fait même, à la construction de la « destination Montréal ».

## Éléments de réflexion

Le Stade olympique représente une icône internationale ancrée dans l'imaginaire et l'héritage montréalais. Par ailleurs, il s'agit de la plus haute tour inclinée au monde!

On reconnaît aujourd'hui le Parc olympique non seulement comme un joyau architectural exceptionnel, mais également comme catalyseur d'initiatives à la fois communautaires et touristiques. En effet, plusieurs initiatives événementielles de nature locale et internationale y prennent place depuis quelques années — notamment sur l'Esplanade Sun Life. Ces initiatives contribuent à faire vivre ce pôle sur le plan sportif, culturel et touristique.

Dans ce contexte, et en lien avec son rôle et ses orientations, Tourisme Montréal souhaite partager quelques éléments de réflexion touchant le Parc olympique. Ces éléments de réflexion s'inscrivent dans un objectif de développement durable du tourisme.

### Le tourisme sportif

Montréal jouit d'une reconnaissance incontournable dans le domaine sportif. En 2018 et 2019, la métropole s'est classée au premier rang du Canada pour l'accueil d'événements sportifs selon l'Alliance canadienne du tourisme sportif.

Cette réputation repose, entre autres, sur la qualité des infrastructures sportives, héritées en partie des Jeux olympiques de 1976. Il va sans dire que le Parc olympique joue un rôle majeur dans l'attrait de Montréal comme ville d'accueil d'événements sportifs par la présence d'équipements d'envergure et de calibre international. À cet effet, Montréal étant la seule ville au Canada ayant accueilli les jeux Olympiques d'été, le caractère olympique de la ville est l'un des principaux leviers de différenciation touristique. La vocation sportive du Parc est donc prioritaire.



Série mondiale de plongeon de la FINA au Stade olympique de Montréal en 2019 (source : <http://www.fina.org/content/finacnsg-diving-world-series-2019-0>)

Les événements accueillis chaque année soutiennent la vision de Montréal comme ville sportive. Il s'agit d'un segment touristique en croissance, dont les retombées se font sentir tant à l'échelle internationale (visibilité, attrait pour visiteurs internationaux) que locale (emplois, développement de l'expertise locale, site d'entraînement pour les athlètes, équipements de qualité pour la population). Par ailleurs, l'Esplanade du Parc Olympique offre un potentiel de développement du sport urbain avec son nouveau planchodrome unique

au Canada et ses blocs en granit permettant l'escalade de bloc. À cet effet, Tourisme Montréal fait la promotion du sport urbain comme un des axes de différenciation de la destination.

Le Parc olympique est un élément clé dans la concrétisation de cette vision, et passe, entre autres, par le développement et le maintien de ses infrastructures, ainsi que l'intégration de celles-ci dans leur contexte urbain et social. La SDMVPO devra s'assurer que les infrastructures qu'elle gère accomplissent cette double mission internationale et locale.

### L'hébergement

Dans la perspective de développer un pôle touristique majeur dans l'est de Montréal, le développement d'une offre d'hébergement devient un atout majeur. Actuellement, l'offre située à proximité du site est pratiquement inexistante. En lien avec le potentiel offert par le tourisme sportif en particulier, Tourisme Montréal voit d'un bon œil le développement d'une nouvelle offre hôtelière dans le secteur du Parc olympique. Bien qu'il importe que cette nouvelle offre d'hébergement réponde aux attentes des visiteurs, il est primordial que ce développement se fasse dans l'intérêt des quartiers avoisinant sans créer de pression sur le parc immobilier existant.

Tourisme Montréal croit que la SDMVPO peut être un acteur pour le succès du développement de cette offre d'hébergement en permettant de faire des liens entre les promoteurs touristiques, les groupes communautaires et les autorités municipales.

### L'offre commerciale

Sur le plan commercial, le projet de loi no 15 donne à la nouvelle SDMVPO beaucoup de latitude pour encadrer le développement du Parc olympique.



Biergarten au Parc olympique de Munich (source : <https://biergarten-olympiapark.de/fotos.html>)

Malgré un achalandage de près de 4 millions de visiteurs par année dans le quadrilatère du Parc olympique, l'offre commerciale sur le site, particulièrement pour la restauration, reste limitée. Dans l'objectif de créer un pôle touristique autour du Parc olympique, une diversification de l'offre commerciale est à envisager pour répondre aux attentes variées des visiteurs.

À l'instar de l'offre d'hébergement, le développement de cette offre commerciale doit aussi se faire en considération du contexte commercial

du quartier. Il s'agit d'une opportunité de compléter l'offre actuelle par l'ouverture de nouveaux établissements. Par ailleurs, Tourisme Montréal souhaite que cette nouvelle offre vienne célébrer les traditions montréalaises ainsi que sa diversité, afin d'offrir aux visiteurs le « goût de Montréal ».

## **La portée culturelle**

Le Parc olympique joue aujourd'hui un rôle qui va au-delà d'offrir des installations sportives de haut calibre. Depuis quelques années, la portée culturelle du site se confirme et se développe avec de nombreuses initiatives à caractère artistique et culturel, particulièrement sur l'Esplanade Sun Life.

Il s'agit ici de miser sur des événements et des manifestations culturelles qui sont ancrées dans l'identité du Parc olympique et de son quartier, afin d'offrir une programmation exemplaire et de rayonnement international. Il demeure important que la programmation culturelle du site ne nuise toutefois pas aux riverains et à la communauté locale. À cet effet, un travail d'amenuisement de la pollution sonore doit être envisagé.

Tourisme Montréal soutient la portée culturelle du Parc olympique, dans la mesure où elle vient en complément avec l'offre culturelle existante à Montréal, dont celle du Quartier des spectacles et du parc Jean-Drapeau. À noter toutefois que la vocation du Parc doit être maintenue : faire de Montréal une destination sportive incontournable demeure la raison d'être du Parc.

## **Le projet de remplacement du toit du Stade olympique**

Le remplacement du toit du Stade olympique est un projet majeur d'investissement dans les infrastructures du Parc olympique. À terme, le remplacement du toit, combiné à des investissements dans l'amélioration de l'expérience client (par exemple : équipement de télédiffusion, système d'éclairage et de sonorisation) permettra de soutenir la mission sportive et culturelle du Parc olympique en assurant l'accueil d'une plus grande variété d'événements, tout au long de l'année. À titre d'exemple, le remplacement du toit permettra d'accueillir à nouveau certaines manifestations sportives récurrentes et d'envergure, comme la Coupe Grey de la LCF, la Coupe du monde FIFA de soccer, la classique hivernale de la LNH ou des événements internationaux de rugby.

Du point de vue du développement d'un pôle touristique majeur dans l'est de Montréal, le remplacement du toit permettra au Stade olympique d'atteindre son plein potentiel.

## **Le verdissement**

Le site du Parc olympique, particulièrement autour du Stade olympique, est grandement minéralisé. Malgré une intention plus verte dans le projet d'origine, le contexte de réalisation accélérée des installations olympiques a mené à la création de grandes surfaces en béton.

Dans la perspective de développer des pratiques exemplaires, Tourisme Montréal recommande de s'aligner avec les ambitions de verdissement et de développement de la canopée urbaine de la Ville de Montréal, et apporte son appui aux initiatives de verdissement du Parc olympique.



Projet Les Jardineries (source : <https://www.pepiniere.co/les-jardineries-1>)

À ce sujet, Tourisme Montréal encourage et participe financièrement au projet de verdissement et de réhabilitation des installations olympiques, Les Jardineries. Cette réappropriation du site post-olympique a permis d'en faire un véritable lieu de diffusion pour la scène culturelle locale, un espace animé et familial, et surtout un nouvel îlot de fraîcheur dans le secteur. Néanmoins, nous encourageons une collaboration entre l'Espace pour la vie et la SDMVPO, deux grandes institutions montréalaises fréquentées par les touristes qui pourraient, tout comme les montréalais bénéficier, de leur collaboration fructueuse.

### **Le caractère familial**

En lien avec sa portée culturelle, le Parc olympique et ses environs possèdent également un caractère familial à conserver et à développer.

S'additionnant à l'attrait suscité par le tourisme sportif et culturel, les initiatives entreprises par Espace pour la vie s'inscrivent dans le segment touristique familial, en offrant une offre récréative et éducationnelle autant pour les familles montréalaises que pour les touristes.

Avec la présence de quatre populaires institutions muséales directement sur le site du Parc olympique, ou à proximité de celui-ci (Biodôme, Planétarium, Jardin botanique, Insectarium), Tourisme Montréal souhaite que la nouvelle SDMVPO aligne ses stratégies de développement avec celles d'Espace pour la vie. Ceci renforcera la création d'un pôle touristique cohérent.

### **La mobilité**

Dans l'objectif de création d'un axe touristique est-ouest, la mobilité des personnes le long de l'axe est primordiale. Afin de limiter les impacts négatifs d'un développement touristique sur les quartiers avoisinants, l'amélioration de la mobilité passe nécessairement par les réseaux de transport collectif et actif.

Le Parc olympique bénéficie déjà d'une desserte en transport collectif enviable par la présence de deux stations de métro directement sur le site. De plus, plusieurs pistes cyclables de la Ville de Montréal donnent accès au site.

Dans l'optique du développement du Parc olympique comme un pôle touristique de l'est de Montréal, le renforcement des réseaux actif et collectif doit être priorisé, afin de relier ce secteur avec les autres sites touristiques de Montréal, comme le Mont-Royal, le Vieux-Montréal et le centre-ville.

De plus, le développement de ces réseaux est une opportunité pour améliorer la connectivité du Parc olympique avec les quartiers limitrophes, favorisant l'appropriation du site par les résidents.

## Conclusion

En agissant en concertation avec les acteurs du milieu sur les aspects sportif, culturel, d'hébergement, d'offre commerciale, de verdissage, de caractère familial et de mobilité, la nouvelle SDMVPO a une opportunité de contribuer positivement au développement de l'offre touristique durable de Montréal.

En quelque sorte, il s'agit de voir plus loin que les limites officielles du Parc olympique, et de réfléchir en termes de « quartier olympique » de Montréal.

Tourisme Montréal appuie favorablement le projet de loi n°15, dans la mesure où ce dernier dotera la nouvelle SDMVPO de nouveaux outils pour développer le Parc olympique qui faciliteront le développement d'un pôle touristique dans l'est de Montréal.

Par ses actions, Tourisme Montréal vise toujours à développer la destination urbaine de Montréal dans l'optique que l'offre touristique sera aussi bénéfique pour ses résidents. Ainsi, nous souhaitons réaffirmer l'importance d'encourager un développement respectueux de l'environnement existant et répondant aux besoins de la population locale. De cette façon, il ne fait nul doute que les quartiers environnants bénéficieront des retombées touristiques, une condition de succès essentielle du tourisme durable.

Par ailleurs, Tourisme Montréal souhaite faire part de son intérêt d'être partie prenante de la future SDMVPO pour lui apporter son soutien, sa connaissance et son expertise pour le développement touristique du Parc olympique.