

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

LE RÔLE STRATÉGIQUE DU TOURISME DANS LE GRAND MONTRÉAL

Montréal, 8 juin 2023 – Avec ses 135 900 emplois, le tourisme est devenu un véritable moteur économique au Québec. Il représente quelque 2 % du PIB, soit l'équivalent de l'agriculture, du secteur minier ou de la métallurgie. Bien que méconnu, le tourisme joue toutefois un autre rôle tout aussi essentiel dans le Grand Montréal : celui de soutenir les efforts de transformation de l'économie pour créer de la richesse et accroître le niveau de vie des Québécois. C'est d'ailleurs sur cette fonction plus particulière du tourisme que s'est penchée l'Institut du Québec (IDQ) dans une étude publiée aujourd'hui en collaboration avec Tourisme Montréal.

« La prospérité passe largement par l'essor des grandes villes, qui sont à la fois des locomotives économiques pour leur propre région, mais aussi de puissants aimants pour attirer les ressources telles que les talents, les investissements et les idées », explique Alain Dubuc, conseiller à l'IDQ et auteur de l'étude. Si bien qu'en améliorant l'aménagement et la convivialité de la ville et en renforçant l'offre culturelle et de loisirs, le tourisme soutient l'attractivité de la région montréalaise.

Ce qui attire les touristes attire aussi les talents et les idées

Pour combler ses besoins en main-d'œuvre, le Québec, tout comme Montréal, se tourne plus que jamais vers l'international afin d'attirer des étudiants et des travailleurs qui détiennent notamment des compétences spécialisées. Pour les séduire, les recruteurs misent, en grande partie, sur la qualité de vie de Montréal : ses quartiers, ses restaurants, sa vie culturelle, mais aussi sur sa sécurité et son harmonie. De telle sorte que les clientèles de l'extérieur – touristes, congressistes, étudiants ou futurs travailleurs – sont d'abord attirées par des aspects de la vie, des lieux et des activités du quotidien qu'elles partagent avec les Montréalais.

« Plutôt que de tourisme, on peut donc parler d'une 'économie du visiteur' qui s'intègre au sein d'un écosystème d'innovation, de savoir et de créativité, lui-même inscrit au cœur du développement urbain. Et, en ce sens, cette économie joue un rôle des plus stratégique », affirme Alain Dubuc. Ainsi, pour la métropole du Québec, le tourisme soutient l'innovation à travers trois différents mécanismes. Tout d'abord, les congrès. Montréal étant la première ville en Amérique du Nord pour l'accueil de congrès internationaux, de puissants vecteurs de circulation d'idées, avec leurs conférences, leurs possibilités de réseautage et l'appui aux partenaires locaux de la ville-hôte. La présence d'organisations internationales permet aussi à Montréal – troisième ville en Amérique du Nord pour son plus grand nombre d'organisations internationales – de rayonner, de s'affirmer comme plaque tournante et d'attirer des ressources. Enfin, les travailleurs et les entreprises des industries de pointe, où le degré d'innovation est plus élevé, sont souvent plus sensibles aux valeurs et à la qualité de vie qu'une ville comme Montréal peut offrir, ce qui favorise le développement de ces secteurs-clés.

Un rôle transformationnel

Ainsi, par cet apport, le tourisme devient bien plus qu'un divertissement. Il joue un rôle transformationnel qui permet d'enrichir la métropole et d'améliorer la qualité de vie de ses citoyens, par le biais de grands équipements, d'événements majeurs, d'occupation du territoire urbain, plus particulièrement celui du centre-ville, d'image de marque et de développement culturel.

« Cette étude montre que le tourisme n'est pas une industrie d'appoint, mais bien une industrie de pointe, d'où l'importance de mieux reconnaître sa contribution comme une composante essentielle

de l'arsenal que le Québec doit déployer pour atteindre ses objectifs de création de richesse », soutient Yves Lalumière.

Ainsi, le tourisme doit devenir un partenaire à part entière dans la planification stratégique de l'économie de demain. Il nous faudra donc réfléchir à la gouvernance du tourisme métropolitain, dont les activités se déploient de façon horizontale, au confluent de plusieurs enjeux du développement urbain, de la culture à l'environnement, en passant par l'innovation. Cette multiplicité de problématiques ne se prête pas à la gestion en silos.

Pour en savoir plus : téléchargez le rapport [Le rôle stratégique du tourisme pour le développement économique : Le cas du Grand Montréal.](#)

À propos de l'Institut du Québec

L'Institut du Québec est un organisme à but non lucratif qui publie des recherches et des études sur les enjeux socioéconomiques contemporains du Québec. Il vise à fournir aux autorités publiques, au secteur privé et à la société civile les outils nécessaires pour prendre des décisions éclairées, et ainsi contribuer à bâtir une société plus dynamique et prospère.
institutduquebec.ca | @InstitutduQC

Pour information et entrevue avec Alain Dubuc :

Liette D'Amours
Responsable des relations avec les médias
514 649-2347 – liette.damours@comredac.com

À propos de Tourisme Montréal

Fondé en 1919, Tourisme Montréal est un organisme privé sans but lucratif qui a pour mission de positionner la métropole parmi les destinations de calibre international auprès des différents marchés du tourisme d'agrément et d'affaires. À ce titre, l'organisme pilote le déploiement de stratégies d'accueil innovantes tournées vers un double objectif : assurer une expérience de qualité aux visiteurs et maximiser les retombées économiques du tourisme. Fédérant aujourd'hui près de 1000 entreprises œuvrant directement ou indirectement dans l'industrie du tourisme, Tourisme Montréal joue un rôle prépondérant dans la gestion et le développement de l'offre touristique montréalaise, ce qui l'amène à se prononcer sur les enjeux du développement économique, urbain et culturel de la métropole. Pour plus d'information, visitez le site www.mtl.org.

Pour information et entrevue avec Yves Lalumière :

Aurélie de Blois
Conseillère en relations publiques, Tourisme Montréal
514 918-5290 – adeblois@mtl.org