

MONTREAL

Une longueur
d'avance,
bienvenue



Tourisme culturel: défis et enjeux

Le 13 novembre 2008

à la
M**ntréal**

Le rôle de Tourisme Montréal

Montréal et la culture

Le tourisme culturel à Montréal

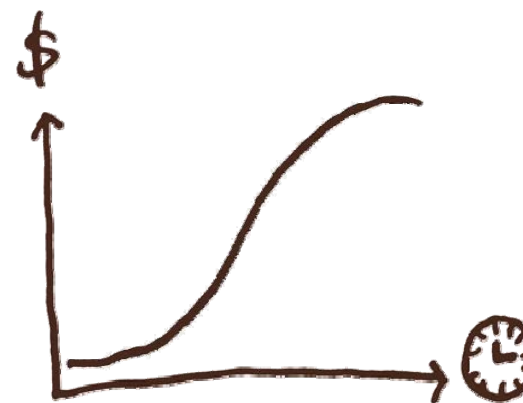


LE RÔLE DE TOURISME MONTRÉAL

Assumer le leadership dans un effort concerté de promotion et d'accueil pour le positionnement de la destination « Montréal » sur les marchés de voyages d'agrément et d'affaires.

Créer ainsi des occasions d'affaires pour nos membres et des retombées socio-économiques pour la région.

Orienter le développement du produit touristique montréalais sur la base de l'évolution constante des marchés.



LA CULTURE MONTRÉLAISE

La vision de Tourisme Montréal... le produit « tourisme culturel »

- ✓ Montréal, c'est : **Des gens et de la culture**
- ✓ culture urbaine (montréalaise) se décline en 4 volets :
 - Patrimoine (Vieux Montréal, Patrimoine religieux, quartiers, etc)
 - Événements et festivals
 - Musées, interprétation, etc.
 - Créativité (arts de la scène, arts visuels, musique, métiers d'art, etc)

VISION MARKETING DE TOURISME MONTRÉAL

Montréal sera la meilleure destination urbaine quatre saisons où l'on pourra vivre, le temps d'une fête, des expériences uniques au monde.

MONTRÉAL



COMMENT DÉVELOPPER LE TOURISME CULTUREL À MONTRÉAL

- Communicationnel et marketing touristique
 - Promotion de l'expérience culturelle à travers nos outils de communication traditionnels
 - Personnalisation de l'information au niveau des clientèles cibles
 - Profilage, niches, etc.
 - Site web et plus
 - Accueil (guide touristique, calendrier)

MONTRÉAL TOURISTIQUE

L'ACCÈS ET LES SERVICES

Infrastructures hôtelières

Accessibilité :

- Aéroport
- Port
- Transports
- Infrastructure routière

VILLE «SOFTWARE»

Culture de l'être vs l'avoir
(restauration, festivals, animation)

Ville habitée, proximité

Culture urbaine :

- Mode de vie
- Rencontres, échanges
- «Laid back», créative

PERCEPTION DE MONTRÉAL

- Au palmarès des villes mondiales
- Ville accessible, sécuritaire
- Ville branchée, passionnée, créative
- Centre d'affaires, ville de congrès

POTENTIEL TOURISTIQUE

Court séjour urbain

(Marchés limitrophes)

Marché affaires

Marchés internationaux

(Tourisme Montréal)

à la
Montréal

(s'applique aux lieux et aux gens)

Amérique du Nord/Europe
Nouveau/Ancien
Essentiellement culturel

VILLE «HARDWARE»

Architecture
(moderne/ancien)

Institutions culturelles

Quartiers

LA CULTURE ET TOURISME MONTRÉAL

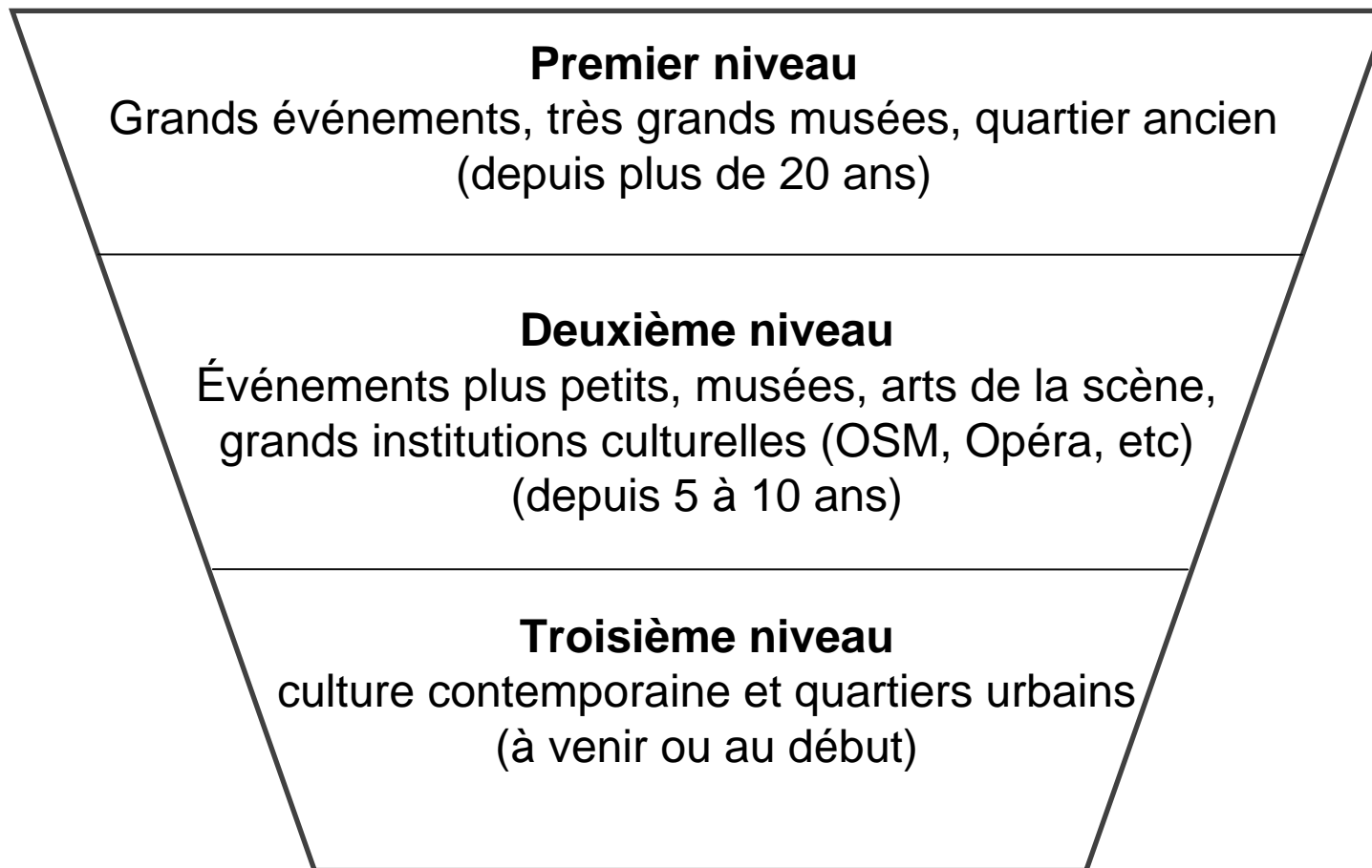
- Rôle de soutien de Tourisme Montréal depuis 1995
 - Accompagnement**
 - Expertise-conseil, accompagnement, coordination, etc.
 - Formation
 - Études plus spécifiques (ex.: congrès et culture)
 - Diffusion de l'information – promotion de l'offre
 - Plan stratégique du tourisme culturel à Montréal
 - Comité-conseil et colloque
 - Leadership

Le Géotourisme : un nouveau concept porteur

- Montréal, première ville au monde à signer la charte de géotourisme de la National Geographic Society (automne 2007)
- Le géotourisme se définit comme « un tourisme qui valorise le caractère géographique d'une destination, à savoir son environnement, sa culture, sa valeur esthétique, son patrimoine et le bien-être de ses habitants »
- Un tourisme culturel durable
- Première action : la carte Géotourisme Montréal (printemps 2009)

À CHACUN SON TOURISME CULTUREL

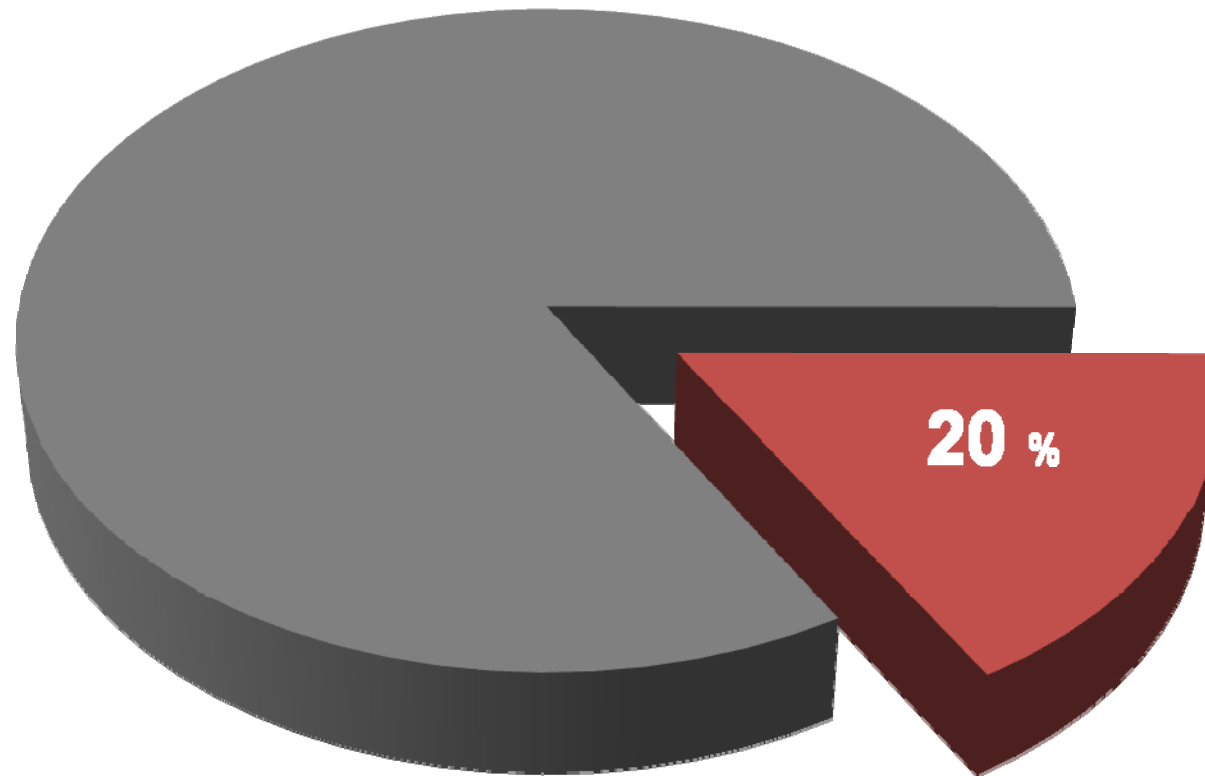
À chaque milieu culturel son cheminement...



Un outil pour tous : **La Vitrine culturelle**

Du côté du touriste culturel

20% des touristes sont fortement motivés par une activité culturelle (comprend les « learning travel, edutainment » et autres)

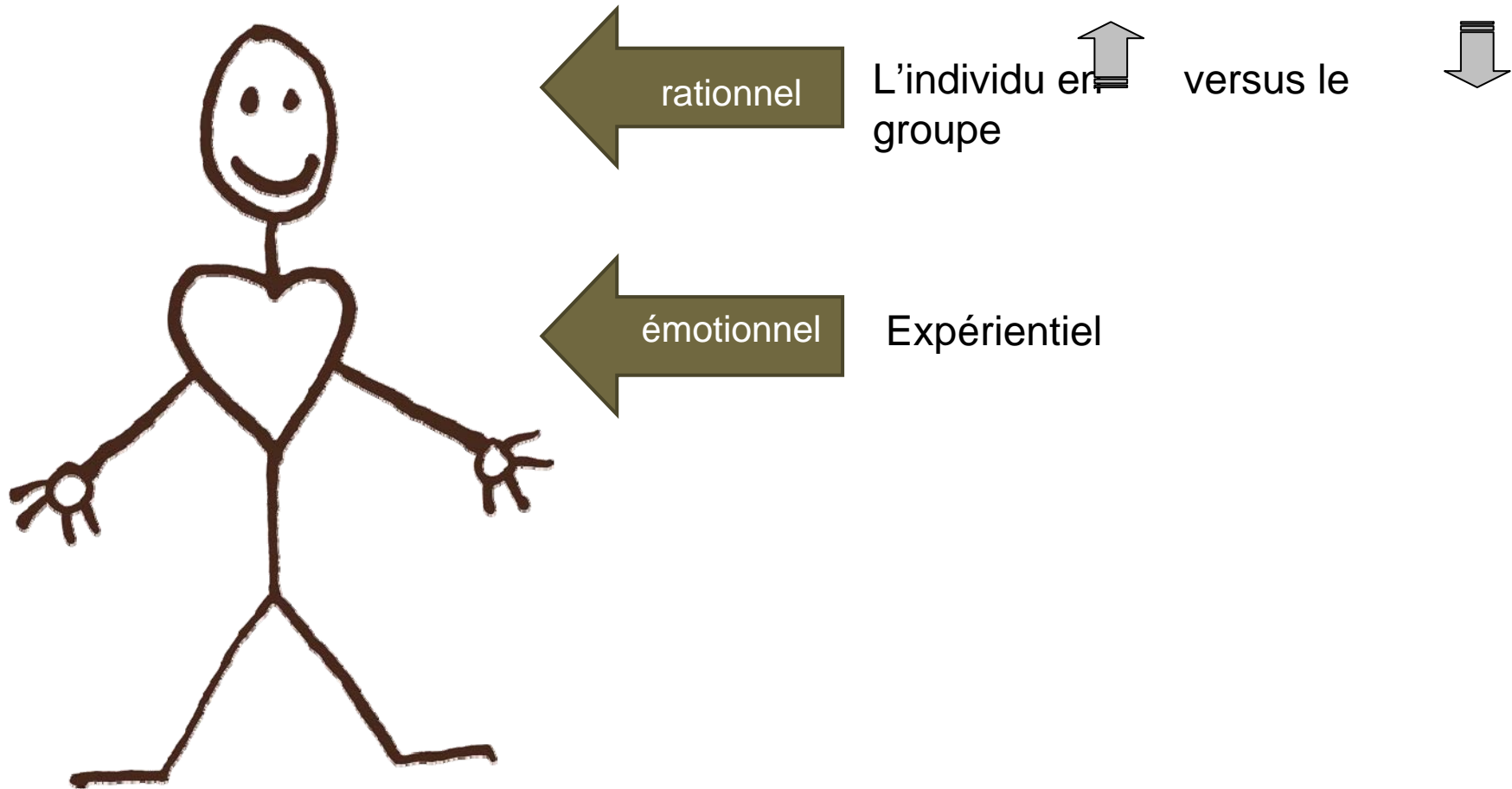


LE NOUVEAU TOURISTE CULTUREL

En premier, comprendre nos (futurs) visiteurs et les rejoindre:

- ✓ L'expérience avant tout
- ✓ La culture du moi, les groupes de référence, l'importance des pairs (la valeur identitaire)
- ✓ La relation des consommateurs avec les médias a changé
- ✓ Processus décisionnel écourté
- ✓ Variation dans les types de vacances (long séjour versus court séjour)

LE CONSOMMATEUR



DÉFIS DU TOURISME CULTUREL

Donc un défi de communication

- ✓ Nouveaux médias (qui se rajoutent aux traditionnels)
- ✓ Nouveaux influenceurs (blogueurs, Tripadvisor)
- ✓ Multitude de moyens
- ✓ Richesse et accessibilité aux contenus

Top 10 du tourisme culturel en milieu urbain

1. Soyez réalistes et humbles
2. N'oubliez pas les montréalais (locaux)
3. Trouvez vos bons partenaires touristiques selon votre cheminement (allez voir Stéphanie!!....)...
4. N'oubliez pas votre office de tourisme (Tourisme Montréal)
5. Vos éventuelles clientèles internationales pourraient bien ressembler à vos actuelles clientèles locales...
6. Mais commencez par le Québec et le limitrophe
7. Nouveaux comportements du consommateur = Nouveaux médias
8. Campagnes ciblées... auprès de clientèles urbaines ciblées...
9. Être présent et ne pas lâcher ... cela pourrait être une longue route
10. Choisir : l'approche « expérimentielle » ou l'approche « niche »?

Des exemples à Tourisme Montréal d'initiatives web – tourisme culturel

www.tourisme-montreal.org

www.play-montreal.com





MONTREAL