

TOURISME / MONTREAL

LA CULTURE COMME LEVIER ÉCONOMIQUE

DES CONNAISSANCES PERCUTANTES POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

2015 (VERSION COURTE)



ENTENTE SUR LE DÉVELOPPEMENT CULTUREL DE **MONTREAL**

Montréal 

*Culture
et Communications*
Québec 

MISE EN CONTEXTE

Depuis plus de 15 ans, Tourisme Montréal s'active à intégrer l'offre culturelle locale dans l'univers touristique.

Ces années ont été caractérisées par la conclusion de plusieurs protocoles d'entente avec le ministère de la Culture et des Communications et avec la Ville de Montréal.

La deuxième version du *Plan de développement du tourisme culturel à Montréal 2014-2017* a été lancée le 18 juin 2014.

Elle vise à générer une période de croissance afin de récolter les bénéfices des stratégies et actions déployées de 2010 à 2013 (phase 1 du plan) et d'augmenter les retombées économiques du tourisme culturel.

Tous ces efforts combinés à la vitalité de la scène culturelle montréalaise font en sorte que Montréal se retrouve aujourd'hui parmi les dix plus importantes métropoles culturelles en Amérique du Nord.

Il est cependant toujours nécessaire d'intervenir afin de maintenir et stimuler la synergie entre les secteurs du tourisme et de la culture, même si un enthousiasme réel favorise le développement de projets mobilisateurs.

OBJECTIFS

Par ce document, Tourisme Montréal souhaite renforcer la connaissance et la perception de la culture et du tourisme culturel comme leviers économiques par l'industrie touristique.

La réalisation de l'étude a été confiée à LJM Conseil, firme de conseil montréalaise spécialisée en stratégie et développement touristique.

Le contenu du présent document est essentiellement basé sur des données secondaires collectées et analysées par LJM Conseil. L'approche concernant l'estimation des dépenses touristiques liées au tourisme culturel consiste à présenter des estimations basées sur un croisement de données disponibles, qui sont à considérer comme des ordres de grandeur.



IMPACT DE LA CULTURE SUR LE TOURISME

LE TOURISME CULTUREL, UN SECTEUR EN CROISSANCE SELON LES ORGANISATIONS INTERNATIONALES

Selon l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), qui a mené une étude sur l'impact de la culture sur le tourisme :

- la culture et le tourisme entretiennent une relation mutuellement bénéfique qui est de nature à renforcer l'attractivité et la compétitivité de lieux, de régions et de pays ;
- le tourisme culturel est un des marchés mondiaux du tourisme parmi les plus importants et un de ceux qui connaît la plus forte croissance ;
- à partir des années 80 notamment, le tourisme culturel a été considéré comme une source importante de développement économique de nombreuses destinations.

Selon l'UNESCO, le voyage culturel et patrimonial est l'un des segments du tourisme international qui connaît la croissance la plus rapide.

Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le **voyage culturel et patrimonial** représentait **40 % de l'ensemble du tourisme international** en 2007 (359 millions de voyages culturels).

TOURISTES CULTURELS : TROIS PROFILS DISTINCTIFS

Les touristes culturels peuvent être segmentés selon trois profils typiques.

Touriste **motivé**
par la culture



- Choisit une destination en fonction des occasions culturelles qu'elle offre
- Moins de 10 % de la clientèle culturelle

Touriste **inspiré**
par la culture



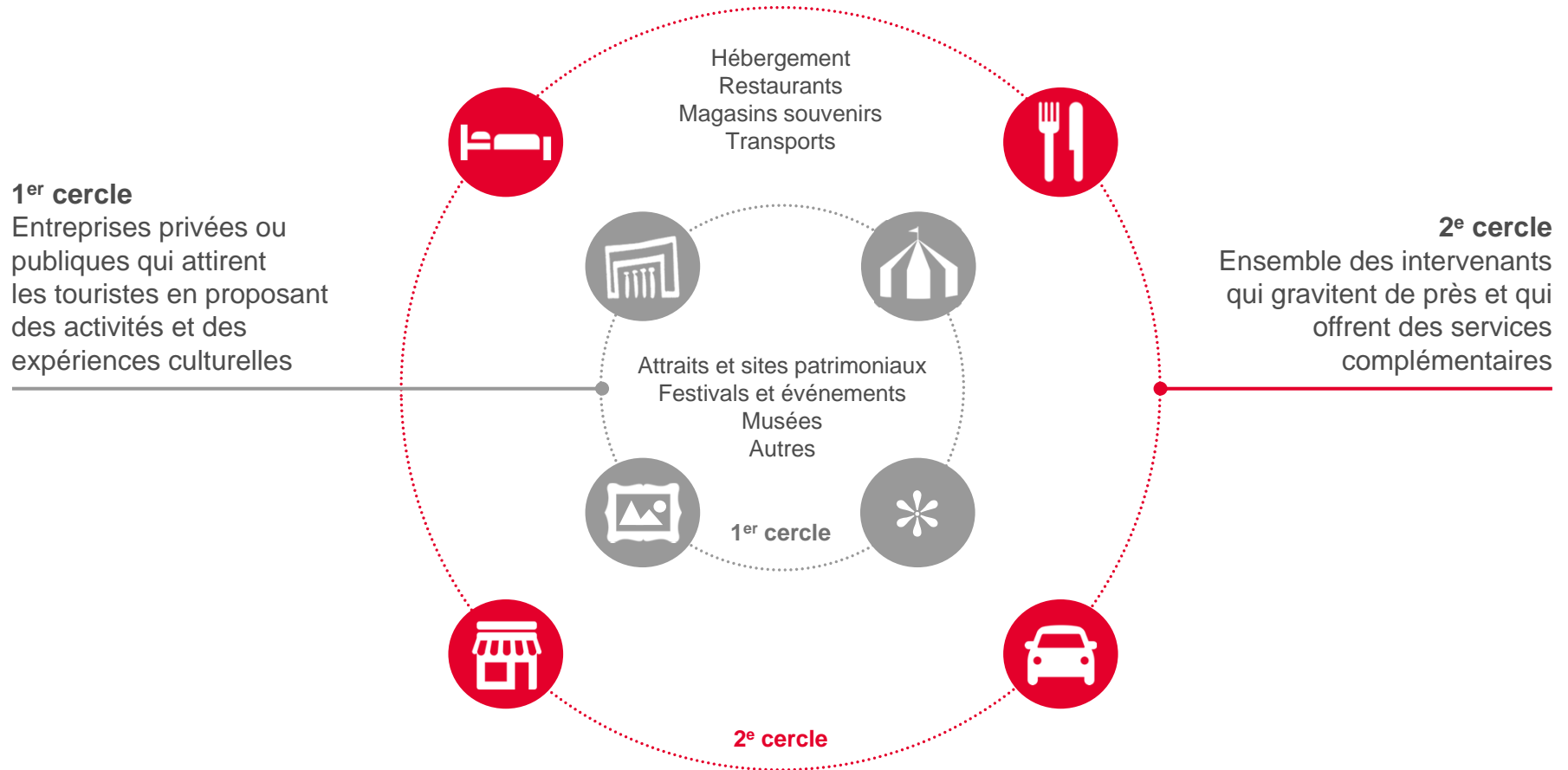
- Recherche des destinations culturelles et historiques prestigieuses
- Visite des sites culturels de grande renommée

Touriste **attiré**
par la culture



- Prend part à une activité culturelle sans que cela constitue le but premier de son séjour
- Représente la majorité des touristes culturels

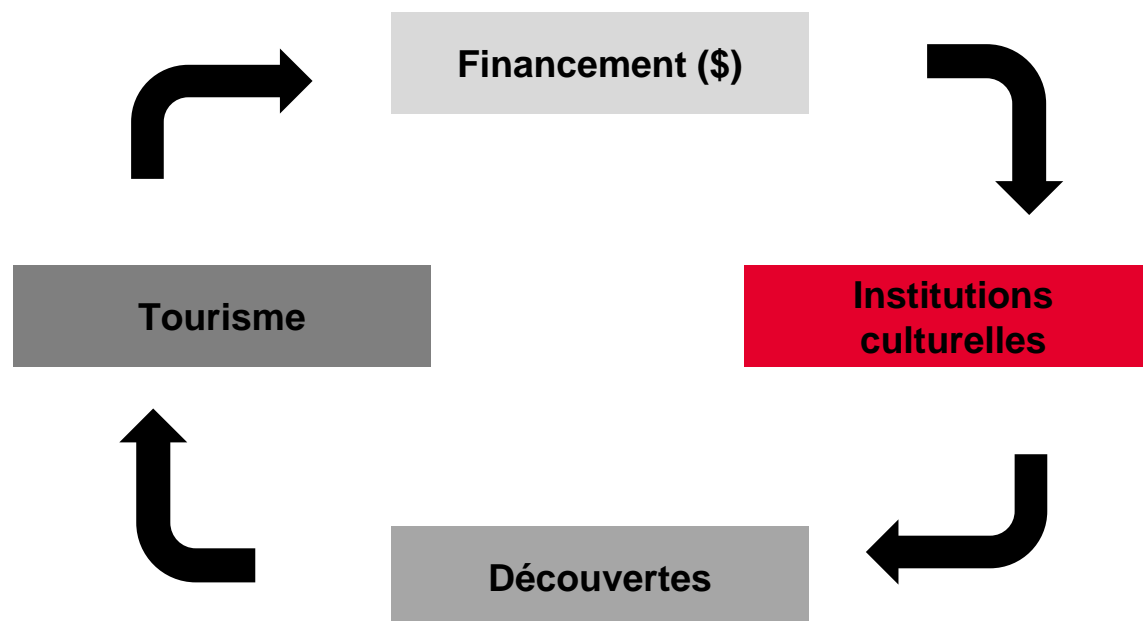
LE TOURISME CULTUREL, UN VASTE SECTEUR ÉCONOMIQUE



TOURISME ET CULTURE : UNE RELATION D'INTERDÉPENDANCE

La culture a besoin du tourisme et le tourisme a besoin de la culture!

- Les touristes contribuent au financement nécessaire au bon fonctionnement et au développement des institutions culturelles.
- Les institutions culturelles sont une source de découvertes et d'émerveillement pour les touristes.



Source : Diagnostic Tourisme culturel, KPMG, 2010



LA CULTURE À MONTRÉAL

LA CULTURE À MONTRÉAL EN 2013 : UN IMPACT SIGNIFICATIF SUR L'EMPLOI

130 939

**d'emplois directs et indirects
soutenus par le secteur de la
culture**

82 740 emplois directs

48 199 emplois indirects

Croissance annuelle moyenne de
3,1 % sur 10 ans

(presque trois fois plus que la
moyenne globale du marché du
travail)

25%

**des emplois en culture sont associés à
des sous-secteurs en lien direct avec le
tourisme***

* Établissements patrimoniaux
Compagnies d'art d'interprétation
Artistes, auteurs et interprètes indépendants,
agents et représentants d'artistes
Promoteurs d'événements

4,1%

de l'emploi total à Montréal

Taux supérieur à celui de 1,1 %
pour l'ensemble du Canada (2010)

70%

**des emplois de la province dans le
secteur culturel se trouvent dans le
Grand Montréal**

Contre une moyenne de 49 % pour
l'ensemble des industries québécoises

* Autres sous-secteurs de la culture : industrie du film et de la vidéo ; publicité et services connexes ; services spécialisés de design ; radiodiffusion et télédiffusion ; édition ; câblodistribution et autres activités de distribution d'émissions de télévision ; magasins de livres, de périodiques et d'articles de musique ; jeux interactifs ; architectes et architectes paysagistes ; autres services d'information ; industrie de l'enregistrement sonore ; télévision payante et spécialisée ; télécommunications par satellite ; radiodiffusion et télédiffusion par Internet.

LA CULTURE À MONTRÉAL EN 2013 : DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES IMPORTANTES

Le secteur culturel est une industrie importante et en croissance dans la région métropolitaine de Montréal.

10,7 milliards \$

de retombées économiques
annuelles totales

- 7,3 milliards \$ de contribution directe à l'économie
- 3,4 milliards \$ d'effets indirects

1,6 milliard \$

de revenus gouvernementaux

- 1,2 milliard \$ pour le gouvernement du Québec
- 420 millions \$ pour le gouvernement du Canada

6%

du PIB de la grande région
de Montréal

- Parmi les principales industries à Montréal

L'importance du secteur de la culture a un impact sur la vitalité, le rayonnement et le positionnement de Montréal comme destination culturelle de calibre international

LA CULTURE, UN PILIER DE L'IMAGE ET DU POSITIONNEMENT DE MONTRÉAL



EXPLOREZ LES ARTS DANS UNE VILLE QUI VIT AU RYTHME DE SA SCÈNE CULTURELLE.

Les arts et la culture sont florissants à Montréal. Chaque quartier offre son lot d'expositions et de concerts tous plus attirants les uns que les autres. Plongez au cœur de la ville, vous y trouverez le Quartier des Spectacles dont le dynamisme vous divertira pendant des heures. Permettez-vous de flâner. Que vous aimiez l'opéra, l'art ou la danse, laissez-vous emporter par le rythme.

INFOLETTRE

Recevez les toutes dernières nouvelles sur vos activités préférées.

ARTICLES RÉCENTS

FILTREZ LES ARTICLES:

Tous Art Ballet Cinéma Concert / Plus de filtres

/ Suivant →



Montréal s'exprime avec son incroyable agenda culturel cet automne

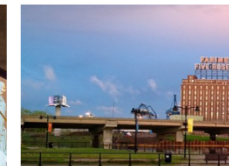
01 Septembre 2015
Septembre est arrivé et, même si nous avons profité pleinement du beau temps estival à Montréal, nous attendions l'automne...



Le Festival des films du monde de Montréal vous fait voyager

26 août 2015
La 39e édition du Festival des films du monde de Montréal encourage une fois de plus la diversité culturelle...

[Suite](#) →



Le Week-end du bassin Peel : l'événement de la rentrée sur le canal de Lachine

25 août 2015
Sous l'enseigne Farine Five Roses, le canal de Lachine accueille les 12 et 13 septembre la deuxième édition d'un...

[Suite](#) →

SUIVEZ-NOUS +

« Montréal, métropole culturelle » est une signature identitaire de la Ville de Montréal qui constitue un axe fort de développement et de positionnement.



FRÉQUENTATION DES ACTIVITÉS CULTURELLES

Festivals : 7,5 millions de visites

Quatre festivals majeurs totalisent un achalandage de 4,2 millions de visites

- Soit 69 % de l'achalandage total des 24 festivals pris en compte

Source : Compilation LJM Conseil à partir d'une compilation de Tourisme Montréal, 2014

Attraits culturels : + de 9 millions de visiteurs

Cet achalandage représente 51 % de l'ensemble des attractions et attraites dont l'achalandage est comptabilisé par Tourisme Montréal.

Source : Compilation LJM Conseil à partir de la Base de données R&D de Tourisme Montréal.

Arts de la scène : + de 3 millions d'entrées

Source : Optique culture, Observatoire de la culture et des communications du Québec, Septembre 2014

Musées : 7 millions de visites

La fréquentation des institutions muséales de Montréal représentait 49 % de celle du Québec en 2013

Source : Optique culture, Observatoire de la culture et des communications du Québec, Mai 2014.

Vieux- Montréal : + de 2,5 millions de visites

Achalandage total des principaux attraites culturels de ce quartier historique en 2013, ce qui confirme son pouvoir d'attraction.

Source : Sondage auprès des clientèles du Vieux-Montréal comme destination touristique, L'Observateur, pour le compte du Service de la mise en valeur du territoire, Ville de Montréal, octobre 2014

LES TOURISTES CULTURELS, UNE CONTRIBUTION MAJEURE AU TOURISME À MONTRÉAL

En 2012, les touristes ayant participé à des activités culturelles représentaient 25,9 % de l'ensemble des touristes à Montréal...mais ils représentent 39,9 % de l'ensemble des nuitées/personnes...et totalisent 44,9 % de l'ensemble des dépenses touristiques!



25,9 %

touristes ayant participé
à des activités culturelles
spectacles, festivals, sites historiques,
musées, galeries d'art



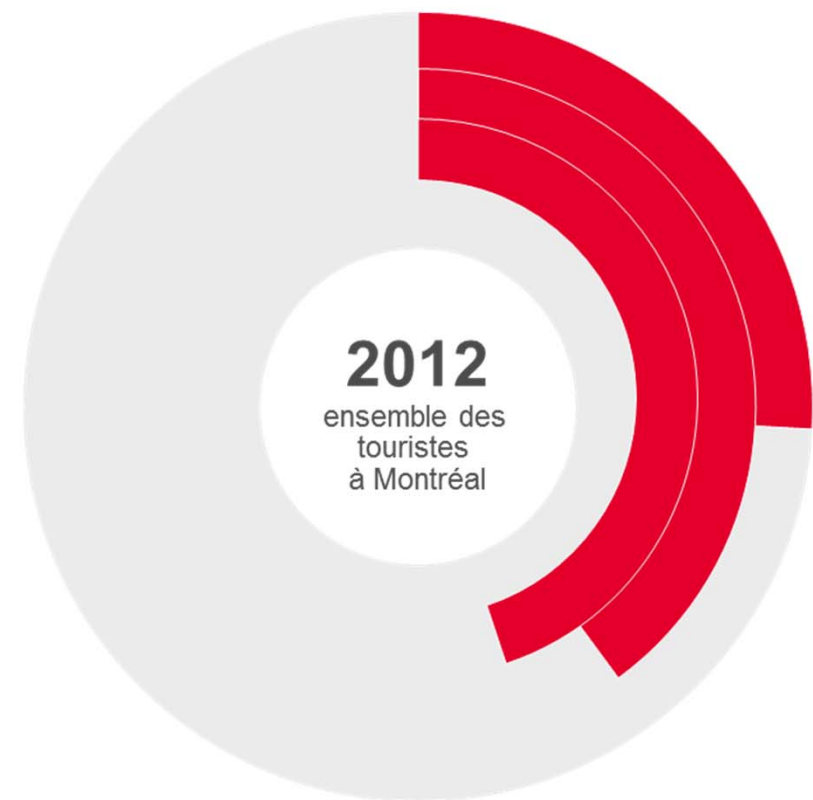
39,9 %

de l'ensemble des nuitées



44,9 %

de l'ensemble des
dépenses touristiques



LA CULTURE UN PUISSANT INCITATIF À VISITER MONTRÉAL

Les activités culturelles comptent parmi les aspects les plus importants à expérimenter pour la clientèle d'agrément durant son séjour à Montréal.

*Dans quelle mesure était-il important pour vous d'expérimenter les aspects suivants lors de votre dernier séjour à Montréal ?
(Pourcentage des participants ayant attribué une note de 9 ou 10 – « très important »)*

35 %

Musées et sites historiques



33 %

Événements et festivals



29 %

Manifestations culturelles
spectacle, théâtre, comédie, etc.



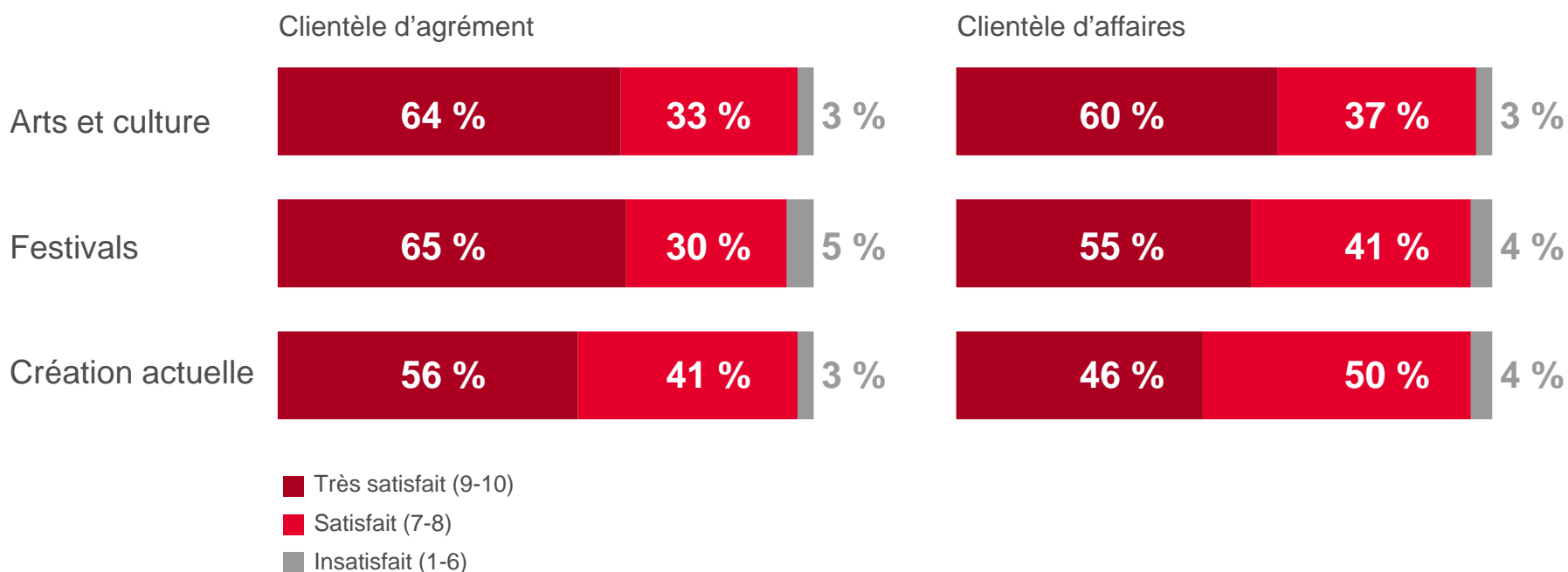
19 %

Création actuelle
arts numériques, arts visuels,
arts de la scène, musique, design

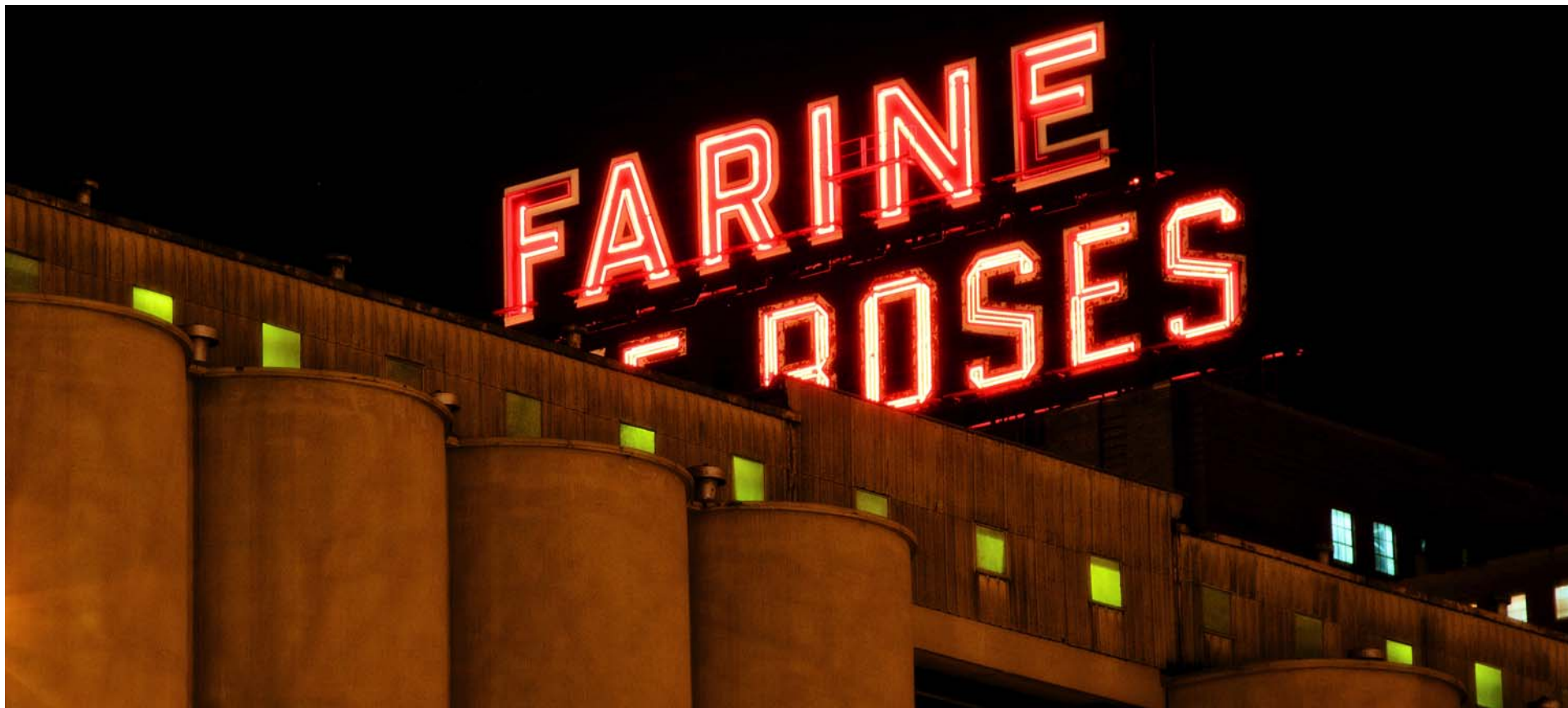


LES ACTIVITÉS CULTURELLES À MONTRÉAL, UNE EXPÉRIENCE DES PLUS SATISFAISANTES

Satisfaction de l'expérience offerte à Montréal



Source : Sondage sur l'expérience des touristes à Montréal, IPSOS Marketing (pour le compte de Tourisme Montréal), 2013



ESTIMATION DES DÉPENSES TOURISTIQUES ASSOCIÉES AU TOURISME CULTUREL

Note méthodologique

Les données et statistiques accumulées sur le tourisme culturel sont rares et le phénomène est donc difficile à quantifier. Par conséquent, nous présentons dans cette section des estimations, basées sur un croisement de données disponibles, qui sont à considérer comme des ordres de grandeur.

ESTIMATION DE LA VENTILATION DES DÉPENSES TOURISTIQUES RÉSULTANT DU TOURISME CULTUREL

Les différents sous-secteurs de l'industrie touristique montréalaise bénéficient des dépenses touristiques générées par les touristes culturels.

L'estimation ci-dessous est basée sur la structure moyenne des dépenses des touristes à Montréal en 2012 et sur l'estimation des dépenses touristiques des touristes culturels.

- Excluant les excursionnistes

	Hébergement	Restauration	Divertissements	Boutiques
Pourcentage moyen des dépenses des touristes*	30,3 %	31 %	8,7 %	13,5 %
Dépenses des touristes culturels (sur 1,1 milliard \$)	333,3 M\$	341 M\$	95,7 M\$	148,5 M\$

Touristes culturels

2,3M

de touristes

- 25,9 % de l'ensemble de touristes

Dépenses des touristes culturels

1,1 milliard

44,9 % des dépenses touristiques

- 300 M\$ par les visiteurs culturels centrés

Nuitées des touristes culturels

5,7M

de nuitées

- 47,7 % des nuitées en hébergement commercial

Dépenses en hébergement

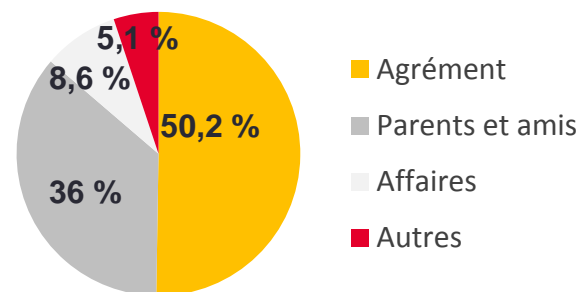
333 millions

en hébergement commercial

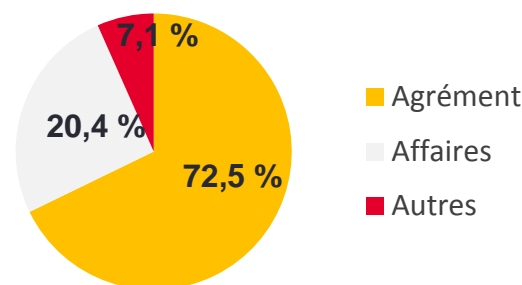
Le tourisme culturel a été un élément essentiel de la performance touristique de Montréal en 2012 et un levier économique majeur pour l'ensemble de l'industrie.

LE TOURISME CULTUREL : UN ÉLÉMENT ESSENTIEL DE LA PERFORMANCE TOURISTIQUE DE MONTRÉAL EN 2012

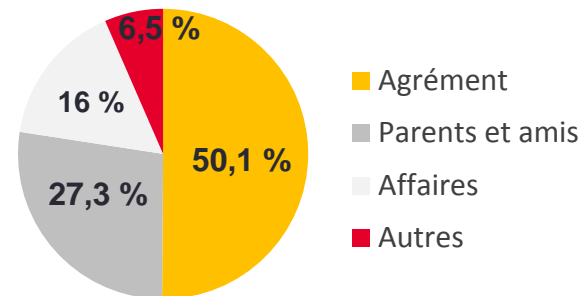
Touristes culturels
2,3 millions de touristes
 25,9 % de l'ensemble des touristes



Nuitées des touristes culturels
5,7 millions de nuitées/personnes
 47,7 % des nuitées en hébergement commercial



Dépenses des touristes culturels
1,1 milliard \$
 44,9 % des dépenses touristiques



ESTIMATION DES TOURISTES CULTURELS CENTRÉS

Aucune étude existante ne permet de connaître le pourcentage des touristes culturels centrés.

Notre estimation a été faite sur la base des données d'études suivantes :

- Seuls 20 % des touristes des villes font de la culture leur première motivation (Le tourisme urbain et la culture : L'expérience européenne – OMT et Commission européenne)
- Segmentation des touristes culturels en fonction de leur motivation (Economist Intelligence Unit)

Segment de clientèle	Caractéristiques	Poids estimé	Estimation du pourcentage de touristes centrés
Touriste motivé par la culture	<ul style="list-style-type: none"> • Choisit une destination en fonction des occasions culturelles qu'elle offre • Moins de 10 % de la clientèle culturelle 	10 %	10 % car offre importante d'activités
Touriste inspiré par la culture	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche des destinations culturelles et historiques prestigieuses • Visite des sites culturels de grande renommée 	30 %	15 % car image de métropole culturelle internationale
Touriste attiré par la culture	<ul style="list-style-type: none"> • Prend part à une activité culturelle sans que cela constitue le but premier de son séjour • Représente la majorité des touristes culturels 	60 %	0 %

Dans quelle mesure était-il important pour vous d'expérimenter les aspects suivants lors de votre dernier séjour à Montréal? (Pourcentage des participants ayant attribué une note de 9 à 10 – « Très important »)

Musées et sites historiques	35 %
Événements et festivals	33 %
Manifestations culturelles (spectacle, théâtre, comédie,...)	29 %
Création actuelle (arts numériques, arts visuels, arts de la scène, musique, design)	19 %

Source : Sondage sur l'expérience des touristes à Montréal, IPSOS Marketing (pour le compte de Tourisme Montréal), 2013

ESTIMATION DES DÉPENSES TOURISTIQUES DES VISITEURS CULTURELS

L'analyse de l'impact économique est basée sur les dépenses touristiques faites par les visiteurs non locaux. Elle tient compte des visiteurs culturels centrés, soit la clientèle qui choisit la destination Montréal essentiellement pour son rayonnement culturel ou son offre d'activités culturelles.

En l'absence d'étude précise, la proportion des touristes culturels centrés étant estimée à 25 % de l'ensemble des touristes culturels, la proportion de leurs dépenses est estimée à 275 M\$.

- Soit 25 % de l'ensemble des dépenses des touristes culturels évaluées à 1,1 milliard \$.

La clientèle des excursionnistes (17,6 millions de visites en 2012) motive également ses déplacements à Montréal par la fréquentation d'un attrait ou d'un événement culturel. Il n'y a pas d'étude sur les excursionnistes culturels centrés, mais une estimation de 6 % semble réaliste et prudente pour évaluer leur nombre.

- Soit une estimation de 20 % des 31% des excursionnistes dont le but de la visite à Montréal est l'agrément.

Les dépenses de l'ensemble des excursionnistes étant estimées à 1,3 milliard \$, les dépenses culturelles des excursionnistes centrés s'élèveraient ainsi à 78 M\$*.

- Cette estimation est très prudente, car elle ne tient pas compte du fait que la moyenne des dépenses des excursionnistes culturels centrés est vraisemblablement plus élevée que celle de l'ensemble des excursionnistes.

Les dépenses touristiques générées par les visiteurs culturels centrés à Montréal en 2012 sont estimées à 353 M\$



MERCI!