



BRIDGE - BONAVENTURE

LE GRAND CHANTIER DES RETROUVAILLES

Mémoire présenté par Tourisme Montréal

Consultation de l'OCPM Bridge-Bonaventure

Septembre 2019

**800, BOUL. RENÉ-LÉVESQUE OUEST | # 2450
MONTREAL | QUÉBEC | H3B 1X9
MTL.ORG**

Table des matières

Tourisme Montréal et orientations stratégiques.....	3
Contribuer activement au développement de la destination urbaine	3
L'activité touristique à Montréal en effervescence.....	4
Montréal et son fleuve.....	4
Montréal et son patrimoine.....	6
Montréal et son club de baseball.....	7
Conclusion	9

Tourisme Montréal et orientations stratégiques



Tourisme Montréal, un organisme à but non lucratif privé, 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.

En 2019, au moment de célébrer son 100e anniversaire, 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 de marchés, technologiques, organisationnels, besoins de la communauté – Tourisme Montréal a récemment adopté quatre grandes orientations stratégiques qui viennent redéfinir le rôle et les actions de l'organisation sur nos marchés touristiques et auprès de notre communauté:

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

La réalisation des orientations stratégiques se fera en cohérence avec le milieu. En effet, assurer un développement touristique qui contribue à l'économie montréalaise tout en étant compatible avec la qualité de vie des Montréalais est une priorité pour notre organisation. C'est aussi dans cette perspective que s'inscrit l'actuelle réflexion de Tourisme Montréal sur le secteur Bridge-Bonaventure.

Contribuer activement au développement de la destination urbaine

L'un des mandats de Tourisme Montréal est de jouer un rôle prépondérant dans la gestion et le développement de l'offre touristique montréalaise en fonction des tendances de l'industrie, ce qui 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 vu de l'évolution des marchés, suivant des stratégies qui visent principalement à augmenter la force d'attraction de la métropole en toutes saisons et à mettre en valeur son caractère distinct. Plus particulièrement, Tourisme Montréal accompagne des projets en cours ou des futurs projets pour Montréal et participe à attirer de nouveaux investissements qui diversifieront l'offre récréotouristique et événementielle de Montréal tout en améliorant la qualité de vie des résidents.

Optimiser la performance commerciale de Tourisme Montréal

Tourisme Montréal se charge de développer de nouveaux marchés touristiques et d'accentuer les liens à l'international. À cet effet, 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. Les événements accueillis chaque année soutiennent la vision de Montréal comme ville sportive en plus de

générer d'importantes retombées économiques et des dépenses touristiques appréciables pour notre destination.

Le sport est 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). Pour les fins de ce mémoire, la question du tourisme sportif sera abordée, plus particulièrement en ce qui concerne le stade de Baseball et de son importante vocation future pour la tenue d'événements sportifs variés et de calibre international.

L'activité touristique à Montréal en effervescence

Depuis 2010, l'augmentation du nombre de touristes à Montréal est en moyenne de 5,3% chaque année. Plus de sept millions de touristes nous ont visités en 2010 et ils ont été plus de onze millions en 2018. La hausse des dépenses de ces touristes est encore plus impressionnante, passant de 2,2 milliards de \$ en 2010 à 4,5 milliards en 2018.

La performance touristique de Montréal se ressent aussi au niveau de la desserte aéroportuaire, avec, lors des dernières années, une augmentation sensible du nombre de passagers à l'aéroport Pierre-Elliott-Trudeau, incluant ceux en transit ou en escale à Montréal.

La tendance mondiale est également à la hausse. Les offices de tourisme, ici comme ailleurs, ne peuvent se contenter de viser à accroître le nombre de visiteurs et de nuitées. Par ailleurs, le rôle de Tourisme Montréal est en évolution rapide, plus particulièrement avec les campagnes numériques, le déferlement des réseaux sociaux, l'arrivée de l'intelligence artificielle et la précision des moteurs de recommandation, s'éloignant de plus en plus de la promotion traditionnelle pour accorder une priorité au développement et à la mise en valeur de la destination.

Retrouvailles: n.f. Action de retrouver ce dont on était séparé, ce qu'on avait perdu.
- Le petit Robert

Montréal et son fleuve



Tourisme Montréal a été fondé en octobre 1919 et célèbre donc cette année son 100e anniversaire. Pendant toutes ces années, une de nos plus constantes lignes de communication a consisté à rappeler que Montréal est une grande ville nord-américaine, avec des racines solides et profondes européennes et autochtones, située sur les rives d'un des plus grands fleuves du monde, le Saint-Laurent et sur laquelle veille le mont Royal.

Les Montréalais se sont depuis longtemps approprié la montagne et nous avons fait collectivement beaucoup de chemin, particulièrement depuis les années '80, pour lui redonner ses lettres de noblesse. Au point d'ailleurs où Héritage Montréal fait maintenant campagne depuis quelques années pour l'inscription du mont Royal au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Il n'en va pas de même du fleuve. « Le chemin qui marche » a été souvent boudé par les anciens et les nouveaux Montréalais. À compter de la fin du XIXe siècle, le développement des installations portuaires nous a fait perdre progressivement notre relation directe, visuelle, avec le fleuve. Même au cours des années '60 et '70, alors que les jeunes Montréalais étaient en amour avec la place Jacques-Cartier, la vue sur le fleuve et l'île Sainte-Hélène était complètement obstruée par d'immenses silos.

Par ailleurs, en raison des travaux autoroutiers qui ont précédé l'Expo 67, l'autoroute Bonaventure, qui faisait le lien entre le centre-ville et le nouveau pont Champlain, a été aménagée en bordure du fleuve, jusqu'à l'île des Soeurs. Pour ce qui est du Vieux-Port, le travail accompli depuis le début des années '80 a heureusement créé une nouvelle connexion entre la zone centrale de Montréal et son fleuve. Nous sommes encore loin d'une relation fusionnelle.

Pour nous aider à nous situer, voyons ce qui se passe dans quatre villes du nord-est de l'Amérique du Nord avec lesquelles nous sommes en compétition :

- / À Manhattan, plusieurs sites très fréquentés sont reliés directement ou visuellement à Hudson River ou à East River : le siège des Nations-Unies, East River State Park, South Street Seaport, Battery Park, Hudson River Walk et le Highline. À cette liste s'ajoutent le Staten Island Ferry, Governors' Island et bien sûr, les excursions à la statue de la Liberté et au Musée de l'immigration d'Ellis Island.
- / À Chicago, la vie du centre-ville est organisée autour de Chicago River et les berges du lac Michigan, sur plusieurs kilomètres de Lincoln Park à Jackson Park en passant par le Navy Pier, sont largement composées de plages, de parcs, d'installations sportives et d'espaces publics.
- / À Toronto, malgré le handicap du Gardiner Expressway, des efforts gigantesques ont été déployés pour mettre en valeur les rives, les plages et les îles du lac Ontario, en plus du Waterfront.
- / À Québec, l'aménagement du Vieux-Port et surtout celui de la promenade Samuel-de-Champlain, a reconnecté les citoyens de Québec avec le fleuve qui a vu naître la ville.

La consultation menée sur le secteur Bridge-Bonaventure nous permet donc de nous pencher sur la relation entre Montréal et son fleuve.

Fière, avec raison, du succès de la mise en lumière du pont Jacques-Cartier, Madame Sandra Martel, première dirigeante de la Société des ponts Jacques-Cartier et Champlain (PJCCI), a donné une entrevue au journaliste Bruno Bisson, de La Presse, le 1er juillet dernier, au cours de laquelle elle a dit vouloir «reconstruire l'autoroute Bonaventure sous forme de boulevard urbain en la déplaçant vers le réseau local afin de dégager les berges du fleuve jusqu'au pont Victoria,

et de les transformer en parc linéaire pour piétons et cyclistes sur plus de 1 km»¹. Cette intention était directement inspirée de la promenade Samuel-De Champlain, «un long parc de 4,3 km aménagé en bordure du fleuve entre le pont Pierre-Laporte et la côte de Sillery, entièrement destiné aux promeneurs, pique-niqueurs et cyclistes, et ouvert à plusieurs autres activités sportives, dont le kayak sur le Saint-Laurent».

À la suite de cette bonne nouvelle, nous nous retrouvons donc, en zone centrale, avec quatre projets majeurs qui ont une relation directe avec Montréal et son fleuve.

- / Le plan directeur du Vieux-Port, présenté en 2017 qui, par la création d’emmarchements, rapproche les usagers du fleuve.
- / Plus à l’est, l’entente conclue entre la Ville et les partenaires du dossier Molson qui permettra l’aménagement par la Ville d’un parc central et d’une promenade fluviale.
- / Plus à l’ouest, le projet de PJCCI cité ci-dessus.
- / Plus au sud, un projet majeur de promenade riveraine sur les rives de l’île Ste-Hélène, tel que recommandé par Tourisme Montréal devant l’OCPM en septembre 2018.

Cette future promenade fluviale se déploierait donc entre le pont Jacques-Cartier et le pont Samuel-de-Champlain et se prolongerait à travers Verdun, La Salle et Lachine jusqu’au parc René-Lévesque. Il faut bien sûr ajouter les travaux à venir au parc Jean-Drapeau, la promenade Bellerive, le parc des Îles-de-Boucheville et un projet de parc-plage le long de la digue de la Voie maritime, projet sur lequel travaille la Communauté métropolitaine de Montréal.

Reconquérir le fleuve, le redonner aux citoyens et l’intégrer à notre culture urbaine est un projet de société qui devrait incontestablement devenir un objectif du futur plan d’urbanisme en devenir, à réaliser à temps pour le 400e anniversaire de Montréal.

Ces véritables retrouvailles des Montréalais avec le fleuve Saint-Laurent seraient aussi un puissant instrument de communication de l’image de Montréal, particulièrement à l’échelle nord-américaine.

Montréal et son patrimoine



Le territoire situé à l’intérieur du périmètre du secteur Bridge-Wellington a connu tellement de chambardements au cours des dernières décennies qu’il reste peu de traces de son histoire passée.

¹ Source : <https://www.lapresse.ca/actualites/grand-montreal/201906/30/01-5232233-apres-champlain-la-reconquete-des-berges.php>

En 1859 fut inauguré le Monument commémoratif irlandais (Black Rock) qui rappelle le décès, au milieu du XIXe siècle, en raison d'une épidémie de typhus, de six mille immigrants d'origine irlandaise à Montréal. Hydro-Québec intégrera un espace commémoratif à son futur poste électrique situé sur la rue Bridge et réalisera sur le site des fouilles archéologiques.

Quelques immeubles ont trouvé une autre fonction. C'est le cas de la caserne 21, sur la rue Mill, devenue en 1986 le Centre des métiers du verre du Québec, ainsi que de l'ancienne station de pompage Riverside, qui abrite depuis 2000 les Forges de Montréal.

Finalement, le secteur de la Pointe-du-Moulin fait l'objet d'un appel de propositions lancé en février dernier par la Société immobilière du Canada (SIC) et dont les recommandations seront connues cet automne. Avec raison, la SIC attache une grande importance à la mise en valeur du passé industriel de ce secteur, comme en témoigne, dans le cahier de charges, l'obligation d'un accès public au Silo 5 et à ses convoyeurs.

Tourisme Montréal souhaite que soit racontée dans ce contexte l'histoire des structures — silos, tours, convoyeurs — de la Pointe-du-Moulin, l'activité intense qui caractérisait autrefois cette enceinte portuaire et son rôle dans l'histoire économique du Canada.

Pour la société montréalaise, découvrir ou redécouvrir l'histoire d'une partie très significative de son patrimoine industriel et portuaire constituerait d'autres retrouvailles, celle d'une période florissante pour Montréal et remplie de signification pour les Européens, puisque de Montréal partaient les bateaux remplis de grain pour une Europe qui avait faim.

Montréal et son club de baseball



Le périmètre du territoire de Bridge-Bonaventure permet d'autres retrouvailles : celle de Montréal avec son club de baseball.

Rappelons d'abord que c'est Parcs Canada qui a pris l'initiative, au tournant du nouveau siècle, de donner une nouvelle vocation à l'ensemble du canal Lachine, ce qui inclut les bassins Peel et Wellington. C'est aussi une société fédérale, la Société immobilière du Canada, qui est propriétaire d'une bonne partie des terrains adjacents aux bassins et qui a le mandat de les mettre en valeur au profit de la collectivité.

D'autre part, la société d'État québécoise CDPQ Infra mène le dossier du Réseau express métropolitain (REM). La future station « Bassin Peel » du REM sera reliée à l'ensemble du réseau de transport collectif lourd de Montréal : métro, REM, trains de banlieue, trains interurbains, en plus de l'aéroport.

Autant cette station que la mise en valeur des espaces et des plans d'eau devra favoriser le développement social, économique et culturel de Montréal. Nous devons pouvoir y trouver, dans l'environnement de la station, des zones d'emploi, des services publics, des espaces résidentiels et des commerces. On pourra aussi y trouver un stade de baseball.

Le Baseball, autant par la nature du jeu que par le coût raisonnable des billets — si on le compare aux autres sports professionnels — est essentiellement une activité qui rejoint de nombreux publics, à commencer par les familles, les grands amateurs et les touristes, bien entendu.

Une partie substantielle des touristes en visite à Montréal provient des régions du Québec, de l'Ontario et des états américains limitrophes, notamment le Vermont et New York. Si Montréal fait à nouveau partie des ligues majeures, il ne fait aucun doute qu'un match de baseball ajoute à l'attractivité estivale de notre ville.

À cet effet, Tourisme Montréal a eu accès au mémoire présenté à l'OCPM par le Groupe Baseball Montréal (GBM). Nous y constatons qu'il s'agit d'un stade de petite taille, environ 30 000 sièges, et que, grâce à la proximité du REM, très peu de stationnements sont prévus. Les spectateurs s'y déplaceront en transport collectif, à pied du centre-ville, en vélo ou en taxi. De plus, une véritable préoccupation pour l'environnement fait partie des points abordés par le mémoire.

Il est indispensable que les touristes qui assisteront à un match de baseball à Montréal sentent bien l'esprit de notre ville. Cet esprit, il se traduit autant par le caractère local et distinctif des concessions alimentaires et tous les petits gestes liés à la protection de l'environnement, que par la mobilité et l'horizon du centre-ville qu'ils verront à partir de leur siège.

Un stade urbain de baseball, comme celui dont il est actuellement question, doit être le résultat d'un geste architectural tout en s'insérant harmonieusement dans un quartier qui, quoique situé à proximité du centre-ville, a son identité propre, favorise la mixité sociodémographique et dispose des diverses fonctions qu'on retrouve dans un quartier en équilibre.

Pour que le stade s'intègre correctement dans un quartier, il est indispensable qu'il ne soit pas un éléphant blanc trois saisons sur quatre. C'est l'un des aspects les plus réjouissants du mémoire du GBM. Cet édifice sera beaucoup plus un équipement communautaire qu'un immeuble corporatif privé. Il demeure important pour Tourisme Montréal que le stade soit conçu dans une perspective durable, pour lequel la faisabilité d'attirer d'autres événements sportifs que le baseball soit évaluée. En ce sens, Montréal doit avoir une approche proactive et coordonnée en matière de veille de mise en candidature et d'accueil d'événements sportifs majeurs.

Tourisme Montréal considère que le mémoire présenté par le Groupe Baseball Montréal répond à ces exigences. Le retour d'une équipe de baseball à Montréal sera un grand moment pour les amateurs, non seulement dans notre ville, mais aussi partout en Amérique du Nord. Il rappellera une fois de plus que Montréal est une grande ville sportive.

Conclusion



Depuis la fin du XIXe siècle, Montréal a tourné le dos à son fleuve.

Depuis vingt-cinq ans, le silo 5 a cessé ses opérations.

Depuis quinze ans, Montréal a perdu son club de baseball.

Dans le cadre de la réflexion sur l'avenir du secteur Bridge-Bonaventure, Tourisme Montréal propose donc:

- / D'appuyer le projet de parc linéaire en bordure du fleuve, entre les ponts Victoria et Samuel-de-Champlain, porté par la Société des ponts Jacques-Cartier et Champlain (PJCCI)
- / De redécouvrir un large pan de notre histoire industrielle et portuaire
- / Et d'appuyer le projet de stade de baseball au bassin Peel, tel que proposé par le Groupe Baseball Montréal.