

Mémoire déposé à  
l'Office de consultation publique de Montréal

# Stratégie centre-ville

Positionnement  
des Alouettes de Montréal

Octobre 2016

---



## Table des matières

<b>Mise en contexte .....</b>	<b>3</b>
<b>Positionnement des Alouettes de Montréal au centre-ville.....</b>	<b>3</b>
<b>Préoccupation majeure des Alouettes de Montréal .....</b>	<b>5</b>
<b>Recommandations .....</b>	<b>6</b>
<b>Conclusion .....</b>	<b>6</b>

## Mise en contexte

La Ville de Montréal a mandaté l'Office de consultation publique de Montréal pour tenir des audiences publiques sur la Stratégie centre-ville. Cette stratégie aboutira, durant l'hiver 2017, à un plan d'action comportant des initiatives substantielles pour le développement d'un quartier névralgique de Montréal.

Bien que le territoire d'intervention soit très étendu, les recommandations des Alouettes de Montréal se limiteront à un secteur, soit celui attenant au mont Royal comprenant le stade Percival-Molson, domicile des Alouettes, et le site de l'ancien hôpital Royal Victoria, maintenant déménagé dans le nouveau centre universitaire de santé McGill (CUSM).

D'entrée de jeu, les Alouettes de Montréal tiennent à saluer cette initiative qui permettra à tous les acteurs et amants du centre-ville de se prononcer sur la vision d'avenir du cœur économique, culturel, social, universitaire et sportif de Montréal. Nous tenons à remercier la Ville de Montréal qui nous offre l'opportunité d'exprimer notre point de vue sur les orientations de cette stratégie qui façonnera ce quartier phare de demain.

## Positionnement des Alouettes de Montréal au centre-ville

Les Alouettes de Montréal font partie du paysage sportif montréalais depuis 1996 et, plus particulièrement, dans le secteur du stade Percival-Molson depuis 1997. De concert avec l'Université McGill et les trois paliers de gouvernement, les Alouettes ont investi plusieurs millions de dollars pour rénover et redévelopper cette installation dans le respect du patrimoine et des riverains. En 1998, les Alouettes y ont élu domicile de façon permanente et le stade est devenu l'un des plus prisés du football canadien.

Le quartier du stade s'est rapidement développé et nous sommes très fiers d'y avoir contribué à notre façon. En pleine ébullition, le voisinage du stade évolue et nous ne pouvons qu'applaudir toutes les améliorations tant municipales, institutionnelles que privées.

Il faut dire que les Alouettes de Montréal, leurs admirateurs et la Ville de Montréal ont su tisser des liens très étroits au fil des ans. En effet, les Alouettes font partie du paysage non seulement sportif, mais également économique et social de la grande région de Montréal. On l'oublie parfois, mais les Alouettes de Montréal constituent un vecteur économique très important pour la ville de Montréal.

Nous pensons bien sûr aux dépenses dans les hôtels, aux restaurants, aux boutiques, aux revenus de la billetterie, aux salaires et aux impôts, mais avant tout, il y a un aspect qui ne peut être chiffré, mais essentiel pour la ville : la visibilité.

Avec les 18 matchs en saison régulière, les matchs préparatoires et les séries éliminatoires, ce sont autant d'occasions pour Montréal de faire parler d'elle à Ottawa, à Hamilton, à Toronto, à Winnipeg, à Regina, à Calgary, à Edmonton, à Vancouver et même aux États-Unis. La diffusion des matchs à TSN et RDS au Canada et à ESPN2 aux États-Unis procure autant d'occasions aussi de découvrir le centre-ville et de faire

parler de notre ville pendant les reportages de la mi-temps ou dans les commentaires d'après match, voire dans les articles des journalistes couvrant l'équipe adverse. Jamais un budget publicitaire, aussi conséquent soit-il, ne pourrait atteindre les résultats que nous obtenons avec cette publicité gratuite et continue à l'échelle nord-américaine. Voilà ce qu'une équipe de football peut apporter à une ville.

Solidement ancrées dans la communauté montréalaise, les Alouettes ont même signé, avec l'Université McGill une entente de 20 ans, en 2009, liant notre club de football à Percival-Molson. À chaque match, jusqu'à 23 420 spectateurs assistent à un spectacle de qualité tout en ayant une vue imprenable sur le centre-ville de Montréal.

Ainsi, chaque match a un impact considérable sur l'économie montréalaise, car chaque événement signifie :

- 140 employés à temps plein, incluant les joueurs et le personnel entraîneur ;
- 500 employés à temps partiel pour les parties à domicile ;
- Plusieurs centaines de visiteurs utilisant les stationnements payants à proximité du stade ;
- Des navettes gratuites de la STM depuis 18 ans ;
- Des dépenses en nourriture et en boisson achetées au stade (sans compter toutes les dépenses dans les bars et les restaurants du centre-ville et à proximité du stade) ;
- Des dépenses en souvenirs et produits dérivés ;
- Des revenus de la billetterie ;
- Etc.

À cela s'ajoutent toutes les retombées économiques des équipes adverses et des visiteurs hors Montréal qui doivent se loger dans les hôtels, se nourrir, se déplacer en transport collectif, en taxi ou en louant des voitures, en plus des activités plus touristiques et récréatives. Sans oublier les salaires versés aux joueurs et aux entraîneurs qui paient des impôts au Québec et qui, pour certains, sans les Alouettes, ne travailleraient pas au Canada. Plus de 60 % de la masse salariale des Alouettes est destinée aux joueurs américains et 40 % aux joueurs canadiens.

Globalement, ce sont 11 M\$ qui sont versés en salaires aux joueurs, aux entraîneurs et aux employés et 3 M\$ en impôts. Pour une entreprise de la taille des Alouettes de Montréal, considérée comme une PME, les impacts sont donc très importants et très significatifs.

Mais les retombées économiques des Alouettes de Montréal vont au-delà de l'équipe. En effet, une foule de partenaires et de commanditaires profite de la renommée des Alouettes. En plus du marketing direct effectué par l'équipe, des compagnies d'assurance, des stations de radio et de télévision, des compagnies de téléphonie cellulaire, des banques, des quincailleries, des restaurants, des compagnies ferroviaires et d'autres entreprises ont choisi de s'afficher aux côtés des Alouettes pour promouvoir leurs produits et leurs services.

Et toutes ces retombées sont multipliées par neuf, puisque nous avons neuf parties à domicile par saison en plus des parties préparatoires et des séries éliminatoires.

Les Alouettes ce sont aussi des joueurs, des entraîneurs et une équipe qui ont à cœur l'avenir de nos jeunes. Des centaines d'heures de bénévolat sont effectuées chaque année par nos joueurs qui se rendent dans les écoles, qui offrent des ateliers de football ou encore qui s'impliquent dans la Fondation des Alouettes. Notre Fondation a pour mission de promouvoir l'éducation et de contrer le décrochage scolaire des adolescents et des jeunes adultes en faisant la promotion du développement du football amateur. Il n'est pas rare de voir un joueur des Alouettes lors de la Grande Guignolée des médias ou donner une conférence dans une école ou encore venir à la rencontre de jeunes grâce à notre programme « Ensemble à l'école avec les Alouettes ». Seulement pour les six premiers mois de 2016, plus de 107 écoles ont été visitées.

Les Alouettes se font un devoir annuellement d'aller servir le repas traditionnel de l'Action de grâce à la Mission Bon Accueil, au cœur du centre-ville. Nous contribuons aussi aux activités de financement de plusieurs organismes à but non lucratif en offrant des objets autographiés par nos joueurs. Cette présence est tout à fait naturelle pour nous, car la communauté nous donne tellement que nous souhaitons contribuer et lui rendre la pareille à notre façon.

Bref, les Alouettes de Montréal sont loin de se résumer à une simple équipe de sport. Nos joueurs, nos entraîneurs, nos *cheerleaders*, nos employés et nos admirateurs sont non seulement des passionnés de sport, mais aussi des passionnés de Montréal et du centre-ville. C'est en s'impliquant dans la communauté que nous nous efforçons de bien former la relève, de lui donner le goût de redonner au suivant et de voir notre milieu de vie s'émanciper, se développer et se moderniser. C'est ainsi que la philosophie des Alouettes s'est développée et nous travaillons en ce sens depuis maintenant 20 ans.

## Préoccupation majeure des Alouettes de Montréal

Dans la Stratégie centre-ville de la Ville de Montréal, on peut lire que « le patrimoine bâti du centre-ville peut se retrouver en situation de vulnérabilité face aux tendances du développement immobilier (...) et que le centre-ville connaît une vague de déménagements d'institutions publiques, laissant vacants des sites comprenant des édifices d'intérêt patrimonial ».

L'un de ces sites est l'Hôpital Royal Victoria qui est maintenant vacant à la suite de sa relocalisation au Centre universitaire de santé McGill. Considérant que les projets soumis en sont encore à l'étape préliminaire et que certaines études sont en cours, nous saisissons l'occasion d'exprimer notre grand intérêt à participer, advenant un appel de propositions, à toute démarche menant à la reconversion du site Royal Victoria. Dans un esprit de collaboration constructive, nous souhaitons nous assurer que les projets soumis n'aurent pas d'impact négatif sur les activités des Alouettes de Montréal.

En effet, la reconversion de ce site suscite quelques craintes chez les Alouettes. Les différents projets préliminaires présentés ne semblent pas tous prendre en considération

les impacts négatifs qu'ils pourraient causer sur les activités qui se déroulent au stade Percival-Molson.

Ainsi, les Alouettes craignent que l'accès des piétons soit plus problématique, que la logistique soit plus complexe pour toutes les livraisons et le matériel requis pour les événements. De même, l'abandon de places de stationnement pourrait avoir un impact négatif. Ces stationnements sont complets les jours de match.

Nous voyons d'un bon œil la reconversion de ce site patrimonial sur la montagne, d'une grande valeur architecturale, voire emblématique, et c'est pourquoi nous souhaitons nous impliquer afin d'insérer les activités des Alouettes dans un projet approuvé par les différents paliers de gouvernement.

Notre objectif n'est pas de nuire au développement, mais bien que ce dernier soit gagnant-gagnant, pour les Alouettes et pour le centre-ville de Montréal.

## Recommandations

Recommandation 1 : Créer un comité consultatif où siégerait un représentant des Alouettes de Montréal, pour évaluer les différents projets de reconversion du Royal Victoria. Le mandat de ce comité consultatif serait de prendre en considération les besoins et les attentes de l'ensemble des partenaires et des riverains de ce site patrimonial.

Recommandation 2 : Favoriser les interventions auprès des jeunes du centre-ville en finançant des initiatives visant à contrer le décrochage scolaire ou à encourager la pratique du sport. Une enveloppe budgétaire de la *Politique de l'enfant de la Ville de Montréal* pourrait être consacrée à la population du centre-ville.

## Conclusion

Les Alouettes de Montréal souhaitent, une fois de plus, saluer l'initiative de la Ville de Montréal et de ses partenaires qui valorisent les principaux acteurs du centre-ville de Montréal. La Stratégie centre-ville, telle que proposée, ne peut qu'entraîner une prise de conscience nécessaire sur l'importance d'investir, de protéger et de développer les atouts du centre-ville.

Les Alouettes ont toujours joué un rôle important dans la collectivité et nous voulons poursuivre notre engagement avec la Ville de Montréal qui a toujours été à l'écoute de nos besoins et de nos préoccupations. C'est avec enthousiasme que nous attendons la concrétisation des actions proposées dans cette stratégie bénéfique pour le centre-ville et la collectivité dans son ensemble.