

COMMUNIQUÉ

Tourisme Montréal appuie les buts d'Audacité Montréal ***POUR FAIRE DU NOUVEAU PONT CHAMPLAIN L'EMBLÈME MONDIAL DE MONTRÉAL***

Montréal, le 6 février, 2013 – Suivant le vote unanime du Conseil municipal de Montréal demandant au gouvernement fédéral un concours international de design pour l'architecture du nouveau pont Champlain, Stephen Léopold, président de Léopold Montréal Immobilier et fondateur d'AudaCité Montréal, est fier d'annoncer que Tourisme Montréal appuiera les démarches d'AudaCité Montréal visant à mobiliser la communauté du grand Montréal afin de concevoir et de bâtir un pont Champlain qui sera un emblème architectural d'envergure internationale.

Avec près de 19 millions de visiteurs par année injectant plus de 2,2 milliards de dollars dans l'économie montréalaise, le tourisme, et les 45 000 travailleurs qui en vivent, représente la plus importante industrie du grand Montréal.

Fort de son expérience dans le secteur de l'immobilier aux États-Unis et au Canada, M. Léopold affirme que l'appui de Tourisme Montréal est d'une importance capitale, et qu'une base de tourisme agrandie toucherait le bien-être de chaque citoyen dans la région métropolitaine du grand Montréal. « Prenons seulement l'exemple des chutes Niagara. Vingt-huit millions de touristes les visitent annuellement, et chaque année, un certain pourcentage de ces visiteurs bifurque vers Montréal. Si nous avions un emblème architectural comme l'opéra de Sidney, la tour Eiffel ou un pont comme le Golden Gate, combien ce pourcentage augmenterait-il? Combien de milliards supplémentaires seraient dépensés dans l'économie de Montréal? Cela agrandirait la base fiscale montréalaise et permettrait de réduire les taux d'impôts fonciers actuels », dit M. Léopold.

« Croyez-vous qu'un seul San Franciscain dirait qu'il ne valait pas la peine d'avoir de l'audace quand ils ont conçu le pont Golden Gate il y a trois quarts de siècle. Croyez-vous qu'un Australien regrette d'avoir pensé grand avec l'opéra de Sydney. Y a-t-il un seul Français qui croit aujourd'hui que la tour Eiffel ne valait pas le coût? Bien sûr que non! Ces infrastructures se sont payées toutes seules, et ce, plusieurs centaines de fois! Les touristes du monde entier se sont déplacés à San Francisco, en Australie et à Paris ainsi qu'en France. L'emblème architectural mondial du XXI^e siècle, ce n'est pas une dépense, c'est un investissement! Et en plus il peut respecter les paramètres déjà établis pour son coût », conclut M. Léopold.

L'honorable Charles Lapointe, président-directeur général de Tourisme Montréal, se montre des plus enthousiastes face au projet d'AudaCité Montréal, puisqu'un nouveau pont sera la pierre d'assise du tourisme montréalais.

« Nous croyons fermement que ce projet entraînera des retombées extrêmement positives pour l'ensemble des citoyens du grand Montréal et contribuera à développer un symbole fort pour notre ville », a déclaré M. Lapointe.

M. Lapointe continue : « Nous supportons la mission d'AudaCité Montréal qui est de promouvoir la construction d'un pont qui fera la fierté des Montréalais et des Québécois au XXI^e siècle et qui sera l'expression de notre esprit de bâtisseurs ».

Déjà fort d'un vote unanime au Conseil municipal de Montréal en faveur de la mise sur pied par le gouvernement fédéral d'un concours international de design pour l'architecture du nouveau pont, le fondateur d'AudaCité Montréal, Stephen Léopold, est très heureux de cet appui de taille de Tourisme Montréal. La grande région métropolitaine a tout ce qu'il faut pour rassembler les éléments nécessaires à la construction d'une nouvelle merveille du monde. « Nous devons attirer et retenir les meilleurs. Quoi de mieux pour y arriver qu'un concours international d'architecture qui nous permettra de sélectionner les plus grands talents de notre temps? Montréal doit recommencer à voir grand! » conclut le fondateur d'AudaCité Montréal.

À propos d'AudaCité Montréal

La mission d'AudaCité Montréal est de mobiliser notre communauté et nos gouvernements afin de concevoir et de bâtir un pont Champlain qui sera un emblème architectural d'envergure internationale pour stimuler le tourisme et l'activité économique de Montréal, du Québec et du Canada; un pont qui fera la fierté des Montréalais et des Québécois du XXI^e siècle et qui sera l'expression de notre esprit de bâtisseurs, ainsi que de notre leadership mondial des énergies renouvelables. Pour plus de renseignements, visitez le site www.audacitemontreal.com

À propos de Tourisme Montréal

Tourisme Montréal est un organisme privé à but non lucratif créé en 1919 et incorporé en 1924. Il regroupe plus de 750 membres et partenaires de l'industrie touristique montréalaise, qui partagent son objectif visant à favoriser Montréal comme destination touristique auprès des clientèles extérieures.

Sa mission est d'assumer le leadership de l'effort concerté de promotion et d'accueil pour le positionnement de la destination Montréal auprès des marchés de voyages d'affaires et d'agrément et de créer des occasions d'affaires pour ses membres et partenaires. Il lui incombe également de générer des retombées économiques pour la région et d'orienter le développement du produit touristique montréalais sur la base de l'évolution constante des marchés. Pour plus de renseignements, visitez le site www.tourisme-montreal.org

-30-

Renseignements :

Stephen Léopold

AudaCité Montréal

Fondateur et porte-parole

(514) 439-9700

(514) 657-4949

stephen@leopoldmontreal.com