

les affaires

Le Mille carré doré sur le mode de la séduction

Par Claudine Hébert

Édition du 13 Septembre 2014



[Cliquez ici pour consulter le dossier Réunions et congrès](#)

Riche en histoire, le quadrilatère du Mille carré doré, au coeur du centre-ville de Montréal, est également riche en lieux de réunions et de congrès. Des adresses qui veulent séduire les entreprises de Montréal... et d'ailleurs.

Plusieurs hôtels de cet ancien quartier luxueux ont subi des cures de rajeunissement complètes au cours des trois dernières années. Des travaux qui frôlent les 275 millions de dollars d'investissement.

Le Mille carré doré regroupait les plus grandes fortunes et les résidences les plus cossues du Canada, de 1850 à 1930. Ce quadrilatère est délimité par l'avenue des Pins, le boulevard René-Lévesque, la rue Guy et l'avenue du Parc. Un territoire d'environ un mille carré qui a donné son nom à cet ancien quartier huppé.

À lui seul, le Ritz-Carlton Hôtel et Résidences, qui a rouvert ses portes en mai 2012, représente 200 M \$ d'investissement, dont plus de la moitié ont servi à la rénovation complète des 129 chambres de cet hôtel classé 5 Diamants CAA. La suite Royale, la plus grande à Montréal, qui dispose de 12 pièces réparties sur 4 700 pieds carrés (pi²), a coûté à elle seule 3 M \$ en aménagement et mobilier.

Si les chambres et le restaurant La Maison Boulud ont désormais une allure contemporaine, le hall et le salon Ovale n'ont eux presque pas changé et ont gardé leur charme d'antan. «On ne voulait pas choquer les clients habitués au décor du plus vieil hôtel toujours en activité à Montréal», indique Katia Piccolino, chef de service, marketing et relations publiques du Ritz-Carlton.

Depuis sa réouverture, l'hôtel enregistre une hausse annuelle de 30 % de sa clientèle d'affaires. Cette clientèle haut de gamme, qui représente actuellement 40 % de ses revenus, choisit le Ritz-Carlton principalement pour la tenue de conseils d'administration et de comités de direction.

[Cliquez ici pour consulter le dossier Réunions et congrès](#)

Remettre la rue Sherbrooke au goût du jour

L'Hôtel Omni Mont-Royal, un établissement 4 étoiles, a également eu droit à des transformations majeures. De 2012 à 2013, l'ancien Four Seasons a bénéficié de 24 M \$ d'investissement, le plus important montant du genre depuis sa construction en 1976, pour rénover l'ensemble de ses 299 chambres, ses 23 000 pi² d'espace de congrès et son hall.

Cette cure de rajeunissement a inspiré Monica Orr, directrice des ventes et marketing de l'établissement, à vouloir créer un regroupement des hôtels du Mille carré doré. «Il faut trouver un moyen de mettre en valeur notre artère principale, la rue Sherbrooke, qui s'est vu délaissée par la clientèle d'affaires au profit des hôtels du Vieux-Montréal au cours des 10 dernières années», dit-elle.

Ce projet en gestation reçoit l'appui de plusieurs acteurs du quartier (Loews, Best Western Ville-Marie, Delta Montréal, Centre Mont-Royal et l'Université McGill). Mais il laisse encore tièdes certains hôtels 5 étoiles, qui hésitent à s'associer aux autres hôtels de moindre classement. «Il faut leur faire comprendre que nous ne sommes pas à Dubaï. Ici, le luxe côtoie le monde des affaires et le milieu universitaire grâce à l'Université McGill, deux univers qui ont des budgets fort différents. D'où l'intérêt de travailler en équipe», soutient Mme Orr. Elle précise que l'Université McGill constitue plus du tiers de son marché associatif, qui représente près de 11 % des revenus de l'hôtel.

Les rénovations et la stratégie de mise en valeur de l'histoire du Mille carré doré bénéficient déjà à l'Hôtel Omni Mont-Royal. La clientèle de congrès a presque doublé depuis deux ans, représentant une augmentation des revenus de 11 % à 22 %.

«Récemment, nous avons obtenu quatre contrats de congrès avec de grandes sociétés du milieu des assurances, du secteur de l'automobile et d'entreprises pharmaceutiques. Des sociétés que nous avons su attirer en misant sur les origines écossaises du quartier et sur les concepts que cette riche histoire nous inspire», affirme Mme Orr.

Parmi les autres investissements majeurs, on note celui de l'Hôtel Delta Montréal qui vient de terminer des rénovations de plus de 20 M \$ pour l'ensemble de ses 456 chambres et ses salles de réunions. Un hôtel dont le tiers des revenus provient des activités de l'Université McGill.

Mode et musique

L'Hôtel Vogue Loews, situé rue de la Montagne, entre De Maisonneuve et Sainte-Catherine, a pour sa part réalisé des travaux de rénovation de 10 M \$, achevés en mai 2013. Ici aussi, le rafraîchissement de l'établissement de 142 chambres se traduit par des résultats concrets. L'hôtel 5 étoiles est devenu l'hôtel officiel du Festival Mode & Design et de l'Orchestre métropolitain de Montréal. «Ces partenaires contribuent grandement à la visibilité de l'hôtel. Nous attirons d'ailleurs de plus en plus d'entreprises du milieu des cosmétiques et du design. Le secteur de la mode représente actuellement 10 % de nos revenus. Cette clientèle nous échappait avant les rénovations», explique Marie-Michèle Thibault, directrice des ventes de l'Hôtel Vogue Loews.

Le réaménagement de l'hôtel a également permis de consolider le marché américain. Étant le seul hôtel Loews au Canada (depuis la vente du Concorde à Québec), l'établissement accueille une importante clientèle d'affaires (60 % des revenus), dont la moitié provient du pays de l'oncle Sam.

[Cliquez ici pour consulter le dossier Réunions et congrès](#)

Gastronomie et gourmandise au rendez-vous

Il n'y a pas que le «neuf» pour séduire et attirer la clientèle d'affaires dans le quartier. Au Sofitel Montréal Carré Doré, l'équipe de l'hôtel cible carrément nos estomacs pour s'y prendre. Depuis son ouverture en 2002, l'hôtel 5 étoiles de la chaîne française ACCOR se distingue par la qualité de sa cuisine et la rapidité du service. Une recette à succès. «Ici, le petit-déjeuner se traduit facilement par 150, voire 180 couverts chaque matin, du lundi au vendredi. Et ce sont principalement des rencontres d'affaires. Nous tenons également, au minimum, un petit-déjeuner-conférence par semaine d'au moins 100 convives», indique Karim Ikrimah, directeur du revenu au Sofitel.

Le restaurant de l'établissement, le Renoir, met également à la disposition de ses invités une variété de menus pour des dîners d'affaires légers, dont la formule express 30 minutes lunch. «Une stratégie qui se solde par une autre centaine de couverts à l'heure du midi», ajoute M. Ikrimah.

Pour faire connaître ses produits et ses multiples activités gourmandes (barbecues, Apéro sauvage, soirées d'huîtres, etc.), l'équipe de l'hôtel multiplie d'ailleurs les invitations personnalisées qu'elle livre elle-même quatre à cinq fois par année à une soixantaine d'organiseurs d'événements au sein des entreprises montréalaises. «Cette carte de visite fonctionne à tout coup», signale M. Ikrimah qui se fait discret sur les différents concepts utilisés.

Conférences au sommet

Compte tenu de la forte présence d'entreprises dans ce quartier d'affaires - l'arrondissement Ville-Marie, dont il fait partie, compte près de 9 000 entreprises - on constate un nombre élevé de salles de conférence dans les hôtels, utilisées pour les conseils d'administration, les assemblées générales annuelles ou des sessions de formation. La plupart des hôtels du Mille carré doré ont deux, trois, voire cinq salles de conférence, comme c'est le cas à l'Hôtel Omni, qui met sa trentaine de suites à la disposition des entreprises.

Au Best Western Ville-Marie, la direction vient d'investir 200 000 \$ dans chacune de ses deux salles de conférence. «Ces salles multimédias accueillent chacune plus de trois événements par semaine, avec ou sans hébergement», signale Rafik Zikry, directeur général de l'établissement.

Une autre particularité qui démarque le Mille carré doré est la présence du Centre Mont-Royal, le «petit palais» comme on l'appelle dans le quartier en référence au Palais des congrès. Créé en 2000 lorsque l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI) a déménagé ses bureaux dans le Vieux-Montréal, cet espace de congrès propose 50 000 pi² répartis sur quatre étages en plein coeur du centre-ville. «Cette formule n'existe nulle part ailleurs au pays», insiste Luis Ribeiro, directeur des ventes et développement des affaires.

Ce centre de congrès a conquis la clientèle d'affaires montréalaise, qui compte pour 70 % des revenus de l'établissement. L'immeuble, qui dispose notamment d'une salle de théâtre de 730 sièges, de deux immenses foyers avec fenêtre du plancher au plafond et d'une salle de bal de 7 600 pi², accueille plus de 600 événements annuels.

«Et dire qu'au départ, plusieurs doutaient de la viabilité de notre projet ! À tel point qu'aucun hôtel à qui on a proposé un accès par tunnel n'a voulu se risquer», indique M. Ribeiro. Aujourd'hui, dit-il, Le Germain et l'Omni Mont-Royal, les deux plus proches voisins, apprécieraient pouvoir bénéficier de cet avantage.

[Cliquez ici pour consulter le dossier Réunions et congrès](#)