

PJD: Vers un parc intelligent

les interstices

Client

Société du
parc Jean-Drapeau

Mandataires

Patrick Dubé
et Jonathan Lapalme

Date

Décembre 2016

Présentation du mandat

3

Introduction à la ville intelligente

8

Deux démarches parallèles et complémentaires

14

Démarche de vision stratégique

18

Démarche de cocréation: ateliers de problématisation et d'idéation

24

Synthèse post-ateliers

77

Orientations stratégiques / Méta-projets

80

Sources principales

115

Présentation du mandat



Compréhension du contexte

Premier parc de Montréal, lieu de l'un des événements marquants de l'histoire du xx^e siècle pour le Canada et le Québec en innovation technologique, et site fondateur de la profession d'architecture de paysage, le Parc Jean-Drapeau a été témoin d'une succession de processus socio-écologiques riches en empreinte et en inspiration. Joyau du patrimoine identitaire de Montréal, il a été marqué dans son histoire récente par de grandes visions parfois contradictoires, impliquant des investissements considérables, et parfois paralysantes pour les administrateurs.

De par son caractère insulaire, symbolique et sa capacité à évoquer et interroger encore aujourd'hui la place de l'humain au sein du paysage, le Parc Jean-Drapeau est parfaitement positionné pour incarner et symboliser la ville du XXI^e siècle, au sens profond du terme; une intelligence allant au-delà du schisme technologique opposant la nature et l'humain, la nature et l'urbain.

Dans l'optique d'élaborer un plan directeur pour la mise en valeur du site, la société du Parc Jean-Drapeau souhaite amorcer une réflexion sur l'intégration de la dimension «ville intelligente» au sein de ce dernier. Cette réflexion se veut globale de manière à permettre de circonscrire la place d'une telle thématique dans la réflexion d'ensemble. Cette dernière devra être harmonisée avec les quatre grands objectifs du réaménagement du Parc et interroger les orientations actuellement pressenties visant à soutenir l'atteinte des conditions de réussite définies par la société du Parc Jean-Drapeau dans sa réflexion actuelle.

Proposition d'accompagnement

Il fut proposé d'accompagner la société du Parc Jean-Drapeau dans cette réflexion de manière progressive et itérative afin de faire ressortir les piliers stratégiques d'un «parc intelligent» capitalisant sur des initiatives structurantes à réaliser à court et à moyen terme.

Cette approche devait permettre d'articuler le concept de « ville intelligente » avec une vision à plus long terme du Parc tout en réduisant «l'effet paralysant» ,souvent associé aux grands projets ambitieux s'échelonnant sur plusieurs années et qui portent trop souvent ombrage aux projets plus concrets qu'il est possible de réaliser dans les cinq prochains jours, dans les cinq prochaines semaines, dans les cinq prochains mois, et ainsi de suite. Une approche mettant l'accent sur le court et le moyen terme, par incrément et orientée vers l'action est ici préconisée, tout en intégrant la vision et la mission à long terme qui sont présentement en cours d'élaboration.

En bâtissant sur les plans et les études réalisés dans les dernières années, dont celui de Techno Montréal déposé en 2015, une réflexion concrète fut développée de manière à accroître le positionnement du Parc Jean-Drapeau dans la région montréalaise en complémentarité avec les autres secteurs et acteurs environnants ainsi qu'avec la stratégie ville intelligente et numérique de la ville de Montréal

Appoche préconisée:
design stratégique

Le design stratégique applique les principes du design traditionnel à des problématiques plus intangibles et systémiques. C’est une approche qui redéfinit la manière dont les problèmes sont considérés, qui identifie des opportunités d’action et qui aide à livrer des stratégies et des tactiques plus complètes.

Le design stratégique est constitué de trois composantes principales :

Intégration

En facilitant la réflexion collective à l’intersection de plusieurs secteurs et de champs d’expertise, le design stratégique permettra de dévoiler l’architecture du problème de manière à surligner les opportunités clés d’intégration de la notion de ville intelligente sur le territoire du Parc Jean-Drapeau, en considérant les relations complexes entre les acteurs et les organisations impliqués, actuellement et à l’avenir.

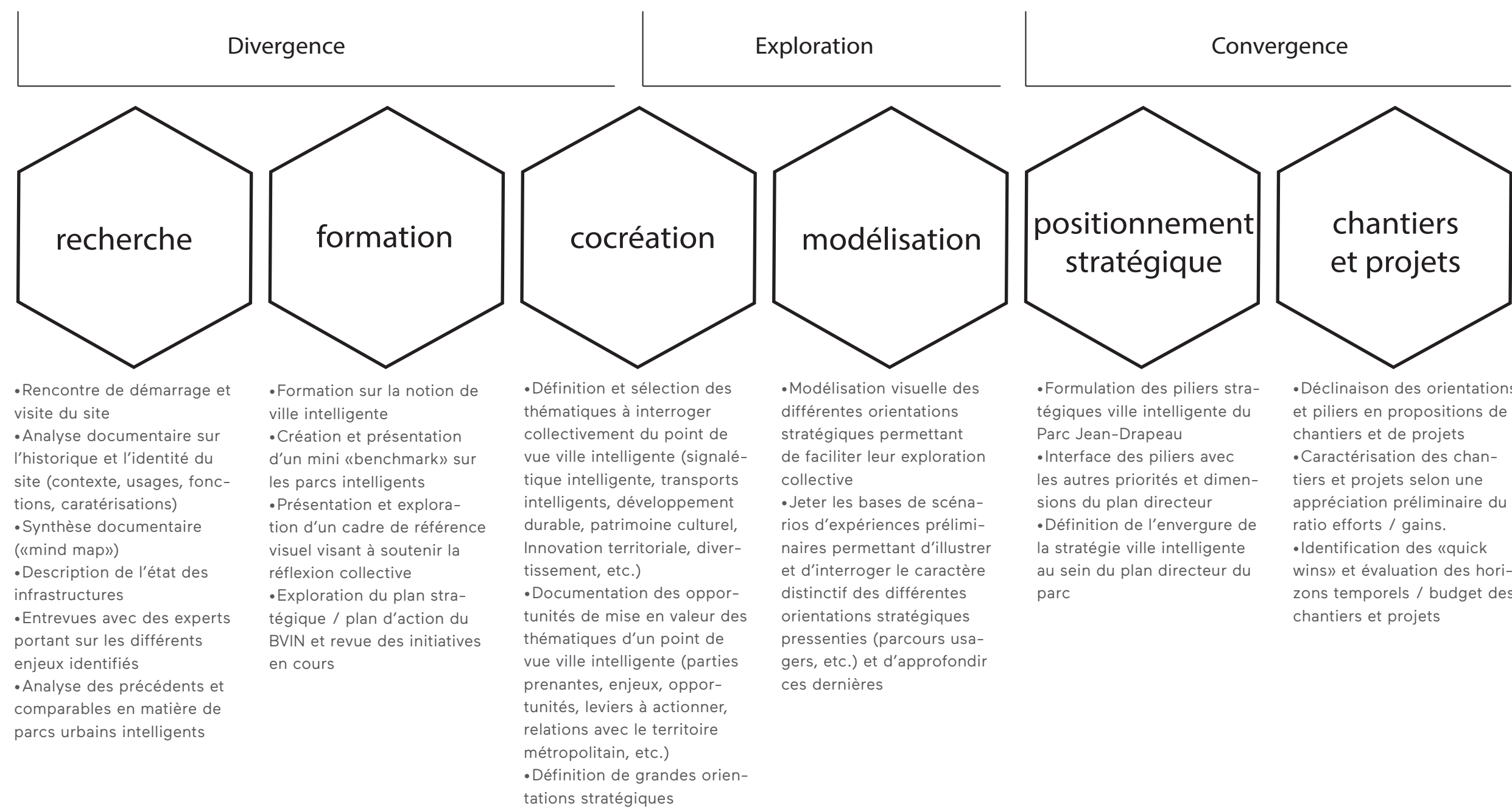
Visualisation

Les défis de ce mandat étant complexes, les outils d’analyse traditionnels basés essentiellement sur du texte et des chiffres ne seront pas suffisants. En misant, entre autres, sur des représentations visuelles ou auditives, le design stratégique a le potentiel de mieux communiquer pendant un développement itératif les aspects complexes et même contradictoires du projet.

Intendance

La réalisation du mandat reposera sur la conduite d’un processus d’accompagnement créatif en trois temps: une phase de divergence permettra de ratisser large en tenant compte de l’existant et laissera place aux intuitions créatives. La phase d’exploration permettra d’interroger ces intuitions et de les représenter sous différents angles afin d’en évaluer le potentiel. Enfin, une phase de convergence permettra de faire atterrir les opportunités identifiées en chantiers activables et permettant d’atteindre les objectifs identifiés.

Étapes anticipées au départ du mandat



Qu'est-ce qu'une ville intelligente?

Des villes du XXI^e siècle

Alors que l'urbanisation mondiale s'accélère et augmente la pression sur nos villes, que la participation aux élections municipales est à la baisse, que la transparence dans les projets de construction fait l'objet de scandales, que le travail en silo est critiqué et que l'inclusion sociale en matière de gouvernance est revendiquée, force est de constater que les villes du XXI^e siècle font face à des défis de taille, d'une diversité sans précédent, tant sur les plans environnemental, économique que social.

Le numérique, un nouveau levier de l'urbanisme?

Avec ces transformations apparaissent également de nouvelles opportunités. Pour plusieurs, le développement accéléré des technologies de l'information et des communications (TIC) des dernières années laisse présager de nouvelles solutions aux problématiques urbaines du XXI^e siècle, et ce, que ce soit en matière d'accès à l'information ou d'optimisation des services et des infrastructures.

Par ailleurs, la démocratisation des TIC (accès continu à Internet, interfaces simplifiées, logiciels libres, etc.) favorise le développement d'une véritable culture

participative à l'échelle mondiale. En effet, la prise de conscience par les citoyens de leur influence collective et leur désir de s'exprimer et de participer aux projets d'urbanisme témoigne du passage d'une dynamique sociale fondée sur la hiérarchie à une logique de réseaux (connexarchie) tirant profit du numérique. Cette mouvance est génératrice de changements profonds au sein de nos villes et se traduit aujourd'hui par l'émergence de leviers tangibles (les données ouvertes municipales, la cartographie collaborative, les living labs, les hubs, etc.) permettant d'élaborer des projets axés sur la gouvernance et la gestion partagée.

Depuis quelques années, ces leviers redéfinissent progressivement les écosystèmes urbains. Ils favorisent une participation accrue et plus directe des citoyens, de spécialistes externes, d'élus, d'universités et de groupes associatifs. Elles favorisent une refonte des stratégies de développement urbain qui se veut tournée vers un partenariat ouvert Public-Privé-Citoyen. Si ces bouleversements et ces opportunités permettent d'imaginer un XXI^e siècle différent, ils révèlent également la complexité croissante du contexte dans lequel la pratique urbanistique s'inscrit.

Qu'est-ce qu'une ville intelligente?

Des villes intelligentes ?

La communauté épistémique entourant le développement des villes intelligentes en est à ses premiers pas. Ceci se traduit actuellement par l'absence de consensus relatifs aux types de visions territoriales à développer selon les contextes, et par l'absence d'un vocabulaire commun permettant de définir les concepts de base pour l'aménagement des villes de demain.

Allant de la création d'infrastructures numériques à la mobilisation de l'innovation sociale en passant par l'analyse de données issues de capteurs disséminés sur le territoire, les stratégies préconisées par les villes sont plurielles. Prenant tantôt l'identité de villes numériques, intelligentes ou sensibles, tantôt celle de villes ouvertes, créatives, durables ou résilientes, l'univers sémantique adopté par les villes en matière d'adaptation aux défis du XXI^e siècle est actuellement en proie à la confusion.

**Décrite simplement, une
ville intelligente cherche à
augmenter son attractivité
en réduisant son impact
environnemental
et en offrant une meilleure
qualité de vie à ses citoyens
à travers la fluidité de
ses services et une
gouvernance partagée**

Qu'est-ce qu'une ville intelligente?

Un canevas de coconstruction de la ville intelligente

La réflexion derrière la vision d'une ville intelligente doit faire intervenir différents acteurs, professionnels ou profanes et se doit d'encourager une approche ouverte de gestion favorisant l'adéquation des interventions avec les besoins et les désirs des parties prenantes du territoire.

Nous proposons ici l'usage d'un canevas simple et visuel permettant aux différents publics concernés de comparer, de coconstruire et de communiquer leurs réflexions et les scénarios qu'ils élaborent en répartissant ces derniers au sein de 6 domaines et de 18 secteurs d'intervention reconnus comme des constituants des villes intelligentes.

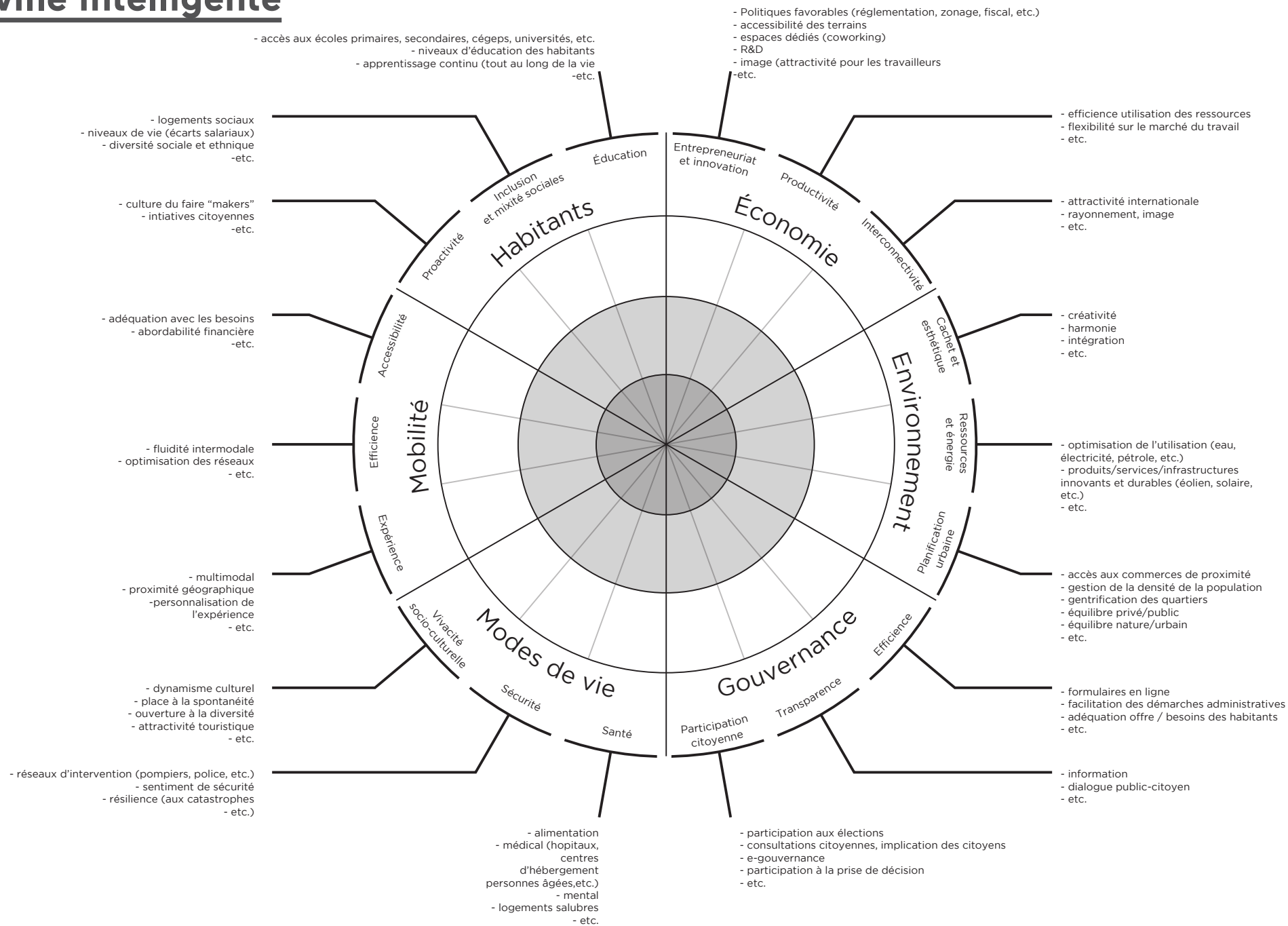
La figure suivante (page 12) représente ces dimensions: économie, mode de vie, environnement, mobilité, habitants, gouvernance, une classification inspirée de la «Smart City Wheel» de Boyd Cohen.

Afin de favoriser la création de valeur et l'amélioration de la qualité de vie dans les villes intelligentes, le canevas croise chacune de ces dimensions avec les principaux leviers d'action que l'on retrouve dans

les villes intelligentes (figure de la page 13). Nous regroupons ces leviers en trois catégories:

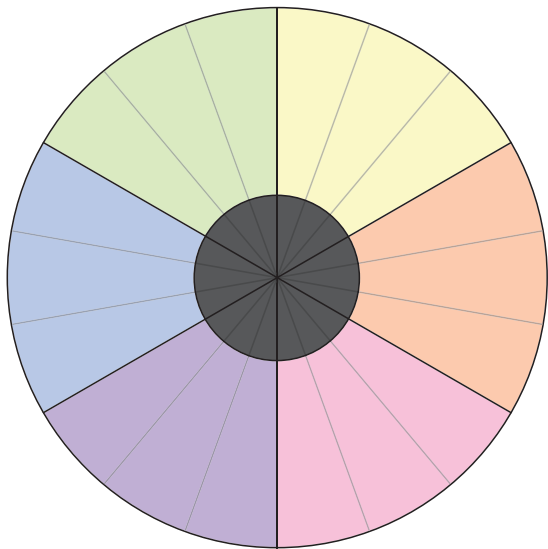
- les leviers touchant les infrastructures numériques et physiques (infrastructure)
- les leviers permettant de créer de l'intelligence sur les usages urbains, tels que des programmes informatiques et applications mobiles qui analysent les données recueillies par les infrastructures (l'infostructure)
- les leviers faisant référence au développement d'écosystèmes collaboratifs et ouverts composés des collectifs citoyens, des OBNL, des entreprises et des pouvoirs publics (sociostructure). La figure de la page suivante illustre ces trois leviers sur le canevas proposé.

Les dimensions de la ville intelligente



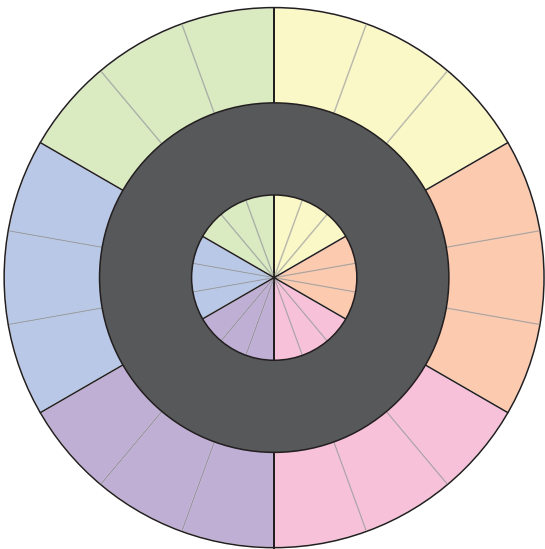
Les dimensions et secteurs d'intervention au sein d'une ville intelligente

Les leviers d’action dans une ville intelligente



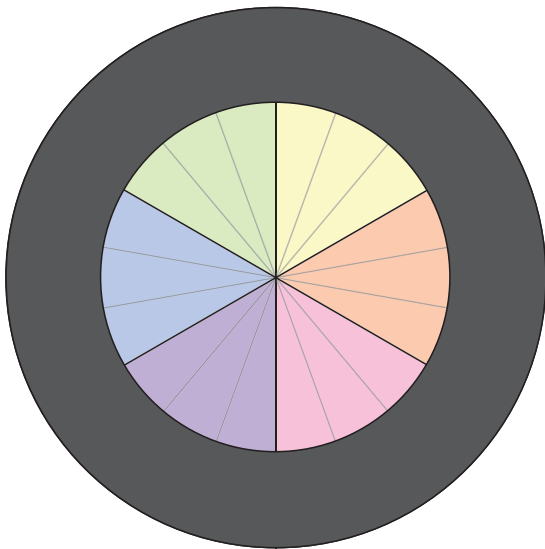
INFRASTRUCTURE
physique ou numérique
Quand on intervient dans cette zone, on donne accès, on stimule le développement des usages.

EXEMPLES:
Installation du wifi dans les lieux publics
Connexion au réseau de fibre optique à large bande
Installation de capteurs sur le réseau routier
Ouverture des données municipales
Etc.



INFOSTRUCTURE
La conversion de données en information utilisable.
Quand on intervient dans cette zone, on est dans le suivi des usages visant l’amélioration des services.

EXEMPLES:
Application mobile enregistrant les déplacements des cyclistes
«Big data» au service de l’efficacité énergétique
Etc.



SOCIOSTRUCTURE
Écosystème collaboratif public-privé-citoyen.
Quand on intervient dans cette zone, on est dans la mobilisation de partenaires, la facilitation, et l’innovation créative sur le territoire.

EXEMPLES:
Organisation d’événements mobilisant les citoyens
Hackathons
Living labs
Etc.

Les leviers d’action d’une ville intelligente

Qu'est-ce qu'une ville intelligente?

Le croisement des six domaines et des trois leviers crée un espace de modélisation et de communication permettant de visualiser des enjeux, des priorités, de repérer les déterminants stratégiques, d'identifier des actions concrètes à mettre en place sur le territoire et de représenter les retombées des actions entreprises.

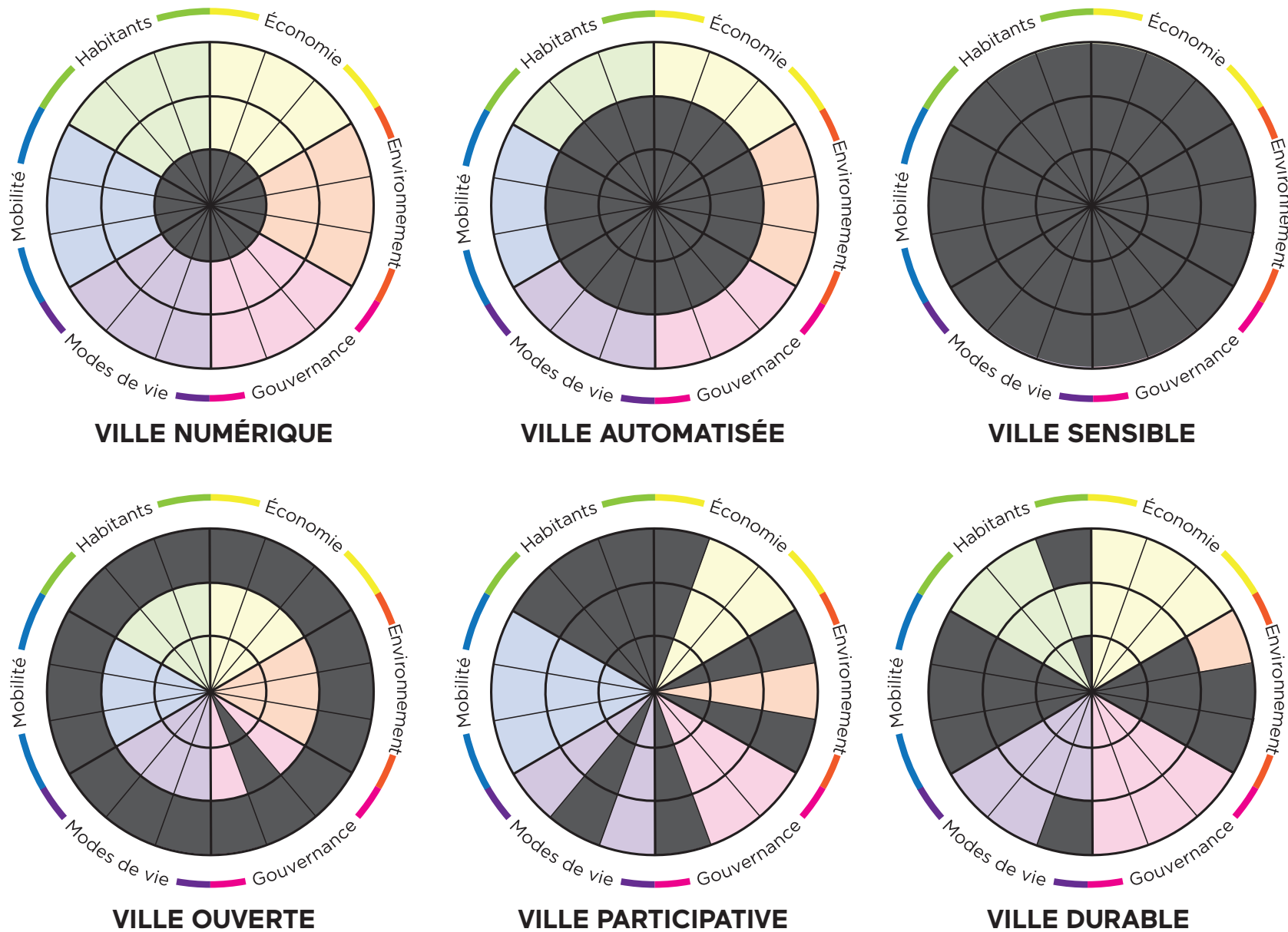
Selon les priorités, les orientations et les projets envisagés, il devient possible de créer différentes «signatures visuelles» (figure de la page 15) adaptées aux caractéristiques locales et témoignant d'une stratégie de planification particulière.

Ainsi, par exemple, la *ville numérique* sera celle qui mettra essentiellement l'accent sur le déploiement d'infrastructures technologiques sur son territoire et qui laissera le soin aux organisations d'en tirer profit et d'innover sur le plan des usages. La ville que l'on pourrait qualifier d'*automatisée* y ajoutera l'analyse en temps réel de la dynamique (usages, phénomènes naturels, etc.) de la ville par l'entremise de capteurs de manière à optimiser la prestation de services aux citoyens (déneigement, circulation, sécurité, entretien, etc.). La ville dite *sensible* investira également dans le développement d'une relation réflexive entre l'administration publique, la

société civile et les communautés de citoyens de manière à coconstruire ses services publics dans une logique d'ouverture.

Ces dernières catégories demeurent bien entendu des simplifications «archétypales» qu'il importe de nuancer. Les stratégies possibles en matière de ville intelligente peuvent prendre une multitude de formes: ville ouverte, ville durable, ville participative, etc. Elles soulignent néanmoins l'intérêt et l'importance d'aborder nos réflexions sur la ville intelligente par l'entremise d'un référentiel commun permettant la création d'un dialogue riche, créatif et porteur de sens commun pour les différents publics concernés par cette thématique.

Des “personnalités” ville intelligente découlant des actions posées sur le territoire



Exemples de signatures (ou personnalités) des villes intelligentes

Deux
démarches
parallèles et
complémentaires



Description

L'intégration du volet «ville intelligente» dans l'élaboration du plan directeur du Parc a pu bénéficier d'une démarche de réflexion hybride:

- Démarche de vision stratégique, en cours d'exécution par la direction du PJD au démarrage du présent mandat
- Démarche de cocréation faisant l'objet du présent mandat.

Alors que la première démarche fait intervenir une approche *descendante* et une séquence en entonnoir de type valeurs-mission-vision-orientations-projets, la seconde se veut plutôt *ascendante* et vise à mobiliser la contribution des employés par la base, de manière expérimentale, par un accompagnement de gouvernance ouverte, processus clé au coeur des villes intelligentes.

Si au premier regard, ces deux approches peuvent paraître contradictoires, elles s'avèrent foncièrement complémentaires dans les faits. Alors que la démarche de vision stratégique permet la mise à contribution des savoirs organisationnels globaux et territoriaux de la direction et des organisations partenaires du Parc, l'approche cocréative permet, pour sa part, de mettre

à profit les savoirs métiers, les savoirs d'usages et les savoirs militants des employés.

La mise en relation de ces deux stratégies de réflexion représente donc une opportunité unique d'enrichir et de valider les réflexions effectuées de part et d'autre afin d'envisager le futur du Parc de manière plus systémique.

Elle s'avère instrumentale afin de définir des orientations ayant une valeur stratégique forte et inspirante pour le Parc tout en maximisant l'engagement des parties prenantes, en particulier les employés de la SPJD, principaux créateurs de valeur sur le terrain.

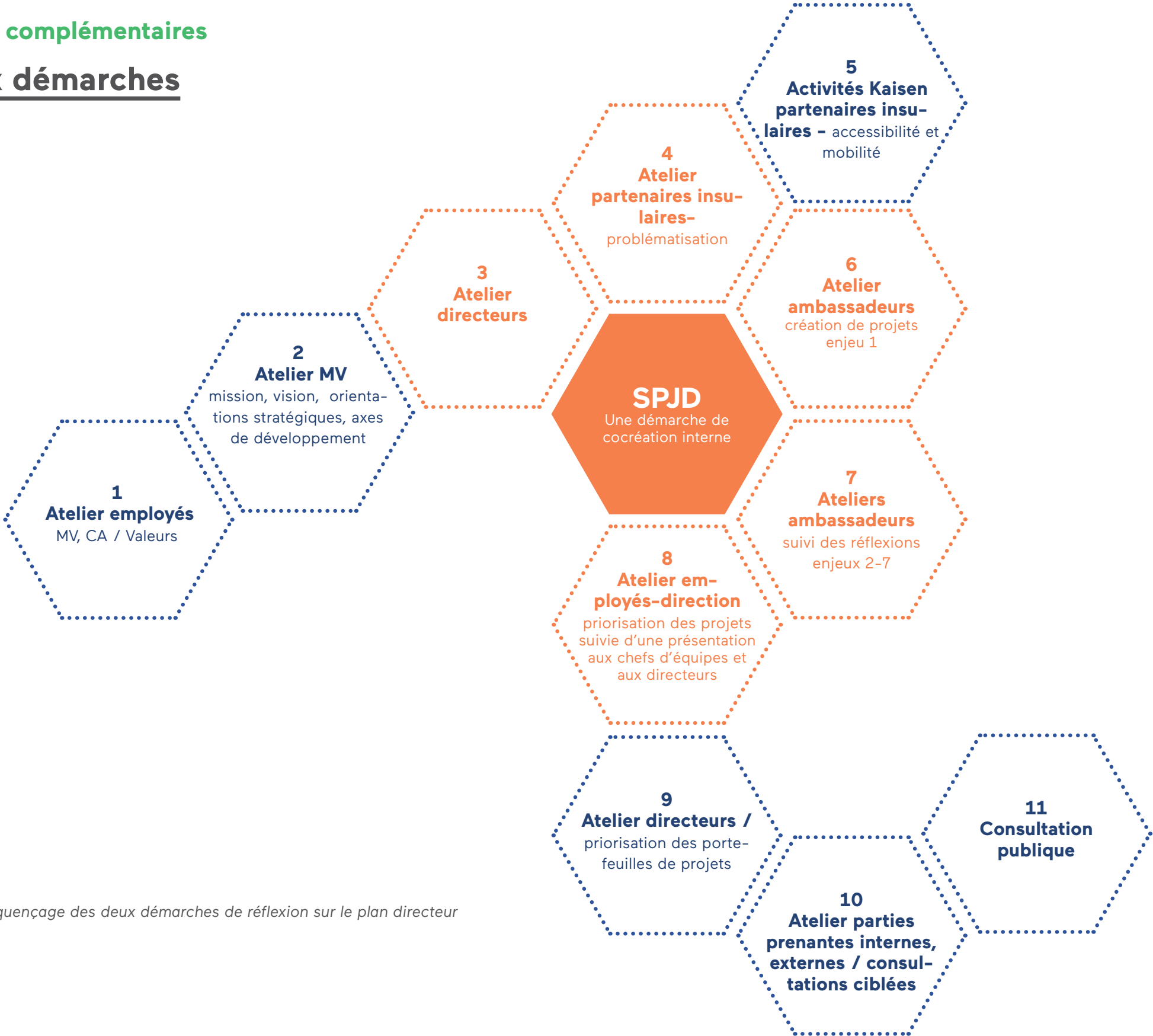
Deux démarche parallèles et complémentaires

Convergence des deux démarches



Les deux démarches de réflexion sur le plan directeur

Séquençage des deux démarches



Séquençage des deux démarches de réflexion sur le plan directeur

Démarche de vision stratégique



Présentation de la démarche

Une démarche de réflexion stratégique descendante visant l'élaboration d'un plan directeur en 2017.

Effectuée sur une période d'environ 1 an, cette démarche fut initiée par un processus de consultation des employés sur les valeurs, la mission et la vision du PJD. Ce dernier fut suivi d'un processus de réflexion et d'approfondissement par la direction du parc, le conseil d'administration et le comité Modus vivendi devant mener aux orientations stratégiques et aux axes de développement du Parc pour les 10 prochaines années. La démarche a également pu s'inspirer d'activités d'amélioration continue de type Kaizen avec les partenaires insulaires du parc.

Un portefeuille de projets a par la suite été défini et priorisé. Ce dernier sera arimé avec la démarche de cocréation effectuée dans le cadre du présent mandat pour finalement aboutir à une consultation publique en 2017.

Cette section présente la mission / vision et les axes stratégiques de développement découlant de cette démarche et qui ont influencé la réflexion sur les résultats de la démarche de cocréation du présent mandat.

Situé au cœur du fleuve St-Laurent, le Parc Jean-Drapeau est un pôle d'attraction innovant de rayonnement international, offrant à ses utilisateurs une diversité d'expériences basées sur le caractère unique de ses patrimoines naturel, culturel et bâti

Mission de la SPJD

La Société du Parc Jean-Drapeau met en œuvre la mission et la vision du Parc. Elle est responsable de conserver, de développer, d'administrer, d'exploiter et de maintenir ses actifs, dans le respect des grands principes du développement durable

Au cours des 10 prochaines années, le Parc Jean-Drapeau révélera son caractère insulaire et offrira à ses utilisateurs une accessibilité accrue à des activités de calibre international favorisant l'innovation, la créativité et l'expérimentation participative dans une économie carboneutre.

5 axes stratégiques de développement

- 1 Développer et solidifier les liens avec ses partenaires insulaires et autres collaborateurs
- 2 Développer et alimenter un canal de communication avec les utilisateurs, et impliquer les citoyens
- 3 Mettre en œuvre un plan de maintien et de développement des actifs et des infrastructures du Parc
- 4 Renforcer l'accessibilité du site et la sécurité des utilisateurs
- 5 Mettre en œuvre un plan d'action visant une économie carboneutre

Démarche de
cocréation:
ateliers de
problématisation
et d'idéation



Un premier pas vers la ville intelligente

En soi, la mise en place
d'une démarche participative représente un premier
pas vers un nouveau mode de gouvernance que l'on
retrouve au sein des villes intelligentes:
la gouvernance ouverte.

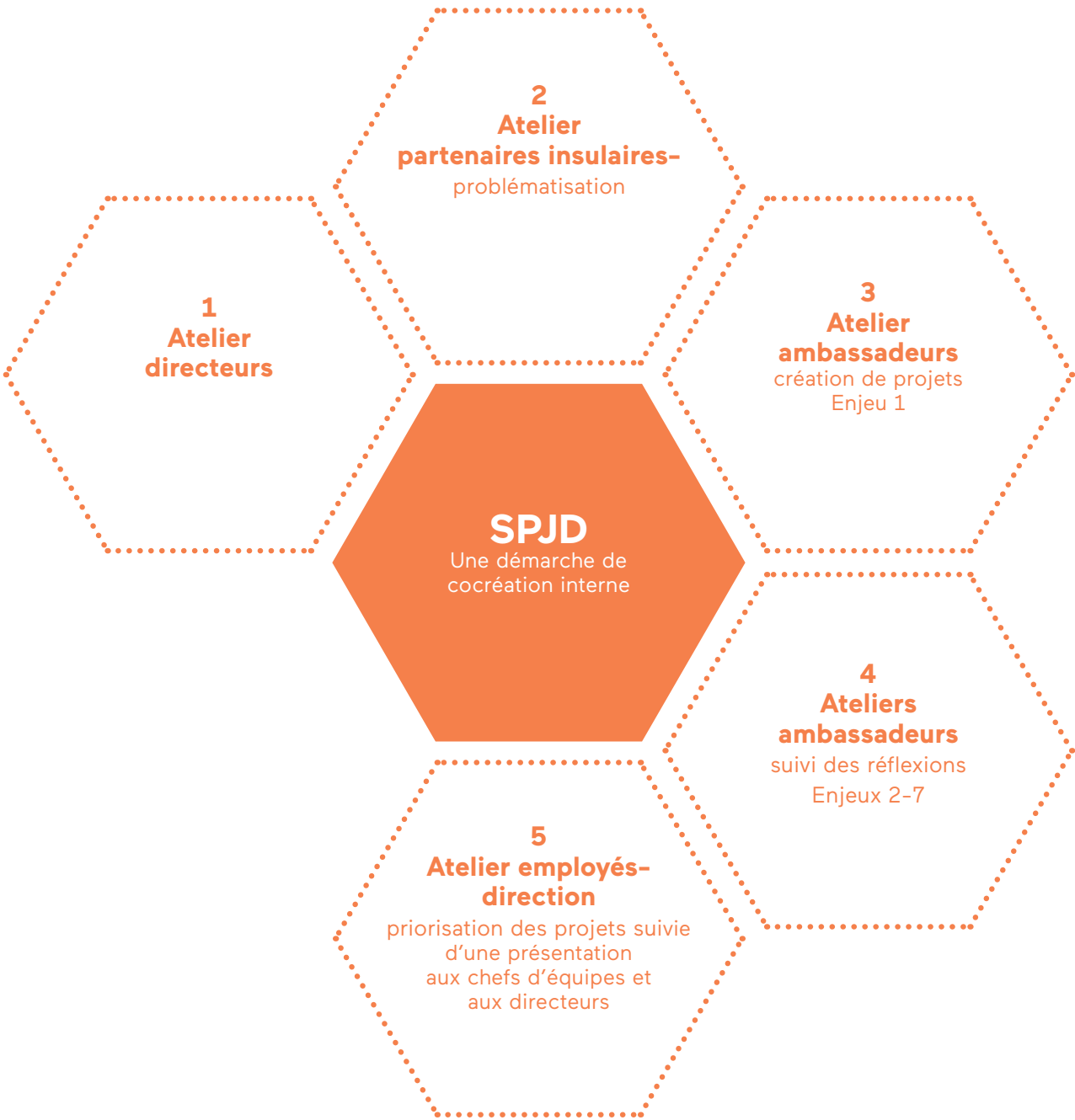
Présentation de la démarche

Dans la foulée des activités de réflexion stratégique, il fut souhaité de mettre en place une démarche de cocréation permettant un meilleur arrimage de la vision stratégique du Parc aux connaissances métiers et à l’expérience terrain des employés de la SPJD. La démarche effectuée repose sur un principe de cocréation que l’on peut définir comme suit :

La cocréation, c’est le fait d’impliquer directement les utilisateurs et les employés d’une organisation dans la création de produits, de projets, de services ou de processus par une démarche de réflexion et de conception collaborative soutenue dans le temps.

Elle va au-delà de la simple « consultation », de l’analyse de besoins et de la génération d’idées. Elle implique les participants dans la conception, la planification et l’expérimentation des solutions à travers la réalisation de projets pilotes sur des cycles courts (prototypage rapide) permettant de valider les idées et de démontrer leur faisabilité.

L’approche proposée vise donc à créer un espace suffisant permettant de « rêver le Parc » collectivement sous le prisme «ville intelligente», à partager et à négocier les différentes perspectives afin d’identifier ce qui fait sens commun, de nourrir les réflexions et de clarifier les priorités du plan directeur en s’arrimant aux enjeux de développement du parc.



Les étapes du processus cocréatif du présent mandat

Objectifs de la démarche

Une démarche ascendante et collaborative faisant intervenir chaque direction et visant à explorer des pistes de solutions sur les 7 enjeux de développement du PJD à partir du vécu et des perceptions des collègues provenant des différentes directions administratives.

Cartographier, approfondir et valider les idées et pistes de solutions par des projets pilotes courts (prototypage rapide) de manière à pouvoir les arrimer avec le plan directeur du PJD devant être produit en 2017.

Processus général

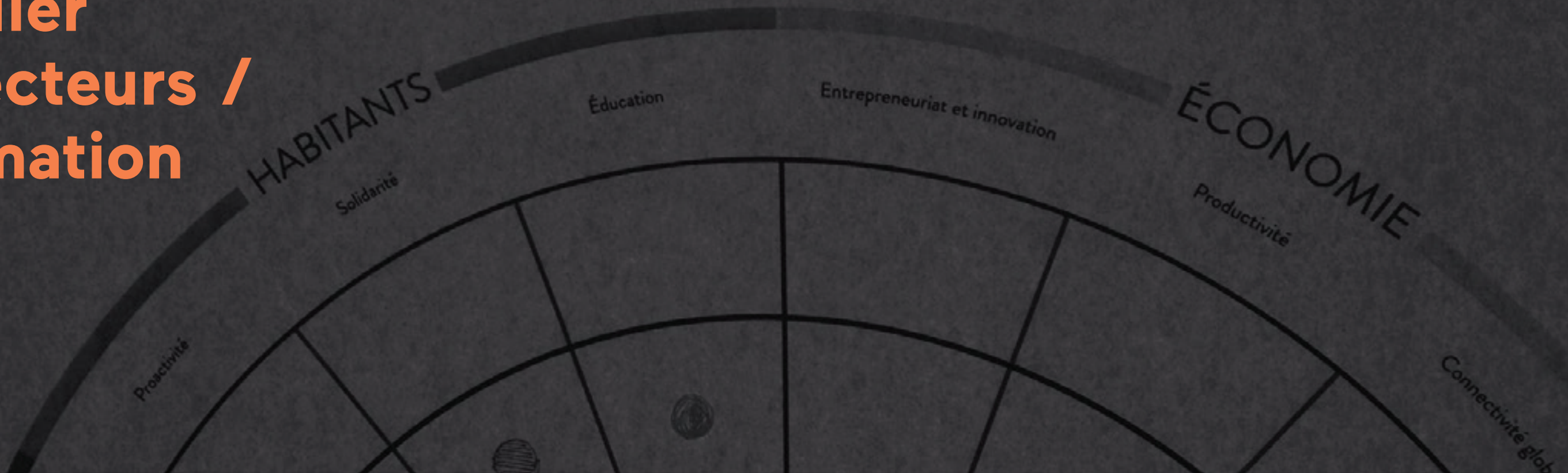
Afin d'aller en profondeur dans le processus d'idéation sans pour autant interférer avec les opérations quotidiennes, chacune des directions a dû nommer un « ambassadeur » d'enjeux.

Chaque ambassadeur avait la responsabilité de mobiliser son équipe afin de retirer les idées ayant du potentiel pour chacun des enjeux et s'assurer que chaque idée soit présentée sous la forme d'une « fiche projet » (un gabarit de fiche projet sera fourni). Deux enjeux furent abordés à chaque semaine. Cette démarche d'idéation fut effectuée sur une base de « participation volontaire » des employés. Notons que chaque employé(e) put également fournir plus d'une idée sur un même enjeu.

Chaque ambassadeur eut également la responsabilité de présenter ces idées lors de rencontres d'échanges thématiques touchant un enjeu particulier. Ces rencontres eurent lieu à chaque semaine sur une période d'un mois.



Atelier directeurs / formation



Objectifs de l’atelier directeurs

Un premier atelier d’introduction visant à présenter le mandat aux différentes directions, poser l’envergure des interventions ainsi statuer sur le déroulement des activités.

De manière spécifique, les objectifs de l’atelier étaient les suivants:

- Présenter les concepts de base liés à la ville intelligente
- Clarifier les enjeux tactiques auxquels l’équipe fait face
- Introduire les outils de travail principaux du mandat
- Recueillir les idées permettant d’amorcer un processus de réflexion collaborative

Participants

- Ronald Cyr
- François Cartier
- Marc-André Dawson
- Charles Fournier
- Jean-François Mathieu
- Linda Pimparé
- Luc Tremblay
- Martine Primeau
- Claude Emond

Déroulement

- Formation sur la ville intelligente et présentation d’initiatives internationales de parcs ayant pris ce virage au cours des dernières années
- Exercice de «remue méninges» permettant de faire ressortir les préoccupations de chaque directeur dans son travail quotidien, de manière à initier un processus de réflexion sur le PJD intelligent et prévoir les prochaines thématiques à explorer.
- Discussion ouverte sur la mission et la vision du Parc et sur l’arrimage possible de quelques «quick wins» à envisager dans le cadre du PJD intelligent
- Planification des prochaines étapes avec les directeurs.

3 grandes catégories de préoccupations exprimées par les directeurs:

1 Communications

- Difficulté d’informer les visiteurs en temps réel des événements en cours et des impacts ressentis sur l’accès, la circulation et la disponibilité des installations.
- Pas d’habitude de communiquer avec nos visiteurs par le web ou les médias sociaux.
- Difficulté de joindre directement les usagers sur les différents rôles du parc car peu d’outils communs pour joindre les publics cibles qui ne fréquentent pas les mêmes lieux ou qui ont des activités différentes selon leurs intérêts
- Pas de points rassembleurs ou d’endroits centralisés permettant de trouver l’information nécessaire

2 Gouvernance

- Mauvaise connaissance des comportements des visiteurs, ce qui empêche une saine planification et une prestation de services optimale
- Combinaison d’obstacles à une bonne gouvernance: vision + offre + technologies analytiques
- Enjeux budgétaires communs non résolus
- Mise en tension entre espaces verts et événements non résolue et limitant le développement du Parc
- Les intérêts de plusieurs influenceurs sont divergeant
- Améliorer la transparence de la gouvernance
- Difficulté d’intégrer la diversité des usagers
- Difficulté de planifier les priorités de réalisation et de restauration des infrastructures

3 Mobilité

- Enjeux importants d’accessibilité et de mobilité dans le Parc
- Enjeux de cohabitation vélo-auto
- Nécessité de repenser l’expérience de mobilité du Parc en cohérence avec les différents usages et les événements
- Mauvaise offre de transport collectif
- Insécurité associée à la présence de l’automobile
- Espaces de stationnement trop nombreux et trop minéralisés

Atelier partenaires insulaires



Objectifs de l'atelier partenaires

De manière globale, cet atelier se voulait avant tout un exercice de problématisation visant à bien circonscrire et approfondir les caractéristiques des enjeux de développement du PJD d'un point de vue collectif de manière à s'assurer que nos fiches enjeux sont bien construites pour l'exercice d'idéation avec les employés du PJD.

De manière spécifique, les objectifs de l'atelier étaient les suivants:

- Validation des 7 enjeux de développement énoncés par la SPJD
- Approfondissement des enjeux, de leurs causes et de leurs impacts
- Extraction des particularismes et des dénominateurs communs
- Caractérisation des liens existants entre les enjeux et identification des enjeux racines
- Identification des principales zones d'opportunités / leviers d'intervention permettant d'agir sur les enjeux

En tout, 16 personnes ont participé à l'atelier. Des représentants de la Biosphère, du Musée Stewart, du Casino, de Six Flags et de la Société du parc Jean-Drapeau étaient présents. Dès la fin de l'atelier, un engagement ferme a été pris: celui de créer un comité consultatif pour les partenaires insulaires, démontrant ainsi la pertinence d'une approche de cocréation pour le Parc Jean-Drapeau.

Liste des participants

Biosphère

Jean Langlais, directeur

Éric Vachon, gestionnaire des opérations

Musée Stewart

Suzanne Sauvage, présidente, chef de la direction

Daniel Dupéré, chef des opérations

Geneviève Lalonde, conseillère en communication

Casino

Marc Laporte, directeur général

Steve Berger, directeur du service clientèle et sécurité

Éric Rufer, directeur du développement à la clientèle.

Six Flags

Phill Ligget, président

Sophie Émond, directrice des opérations et de la sécurité

Jules Hébert, chef de division communication

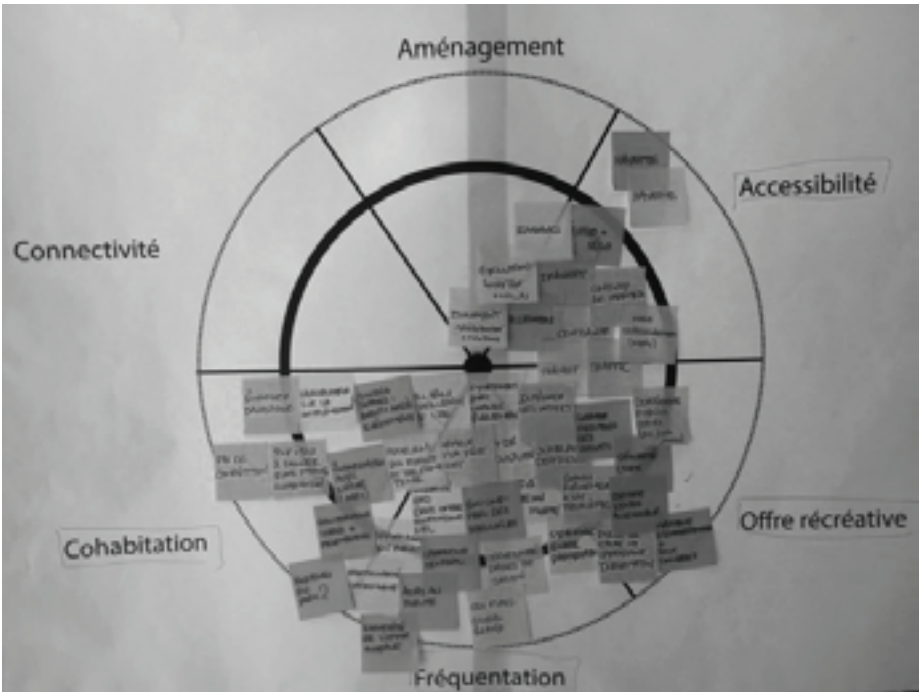
Société du Parc Jean-Drapeau

Ronald Cyr

Claude Émond

Martine Primeau

Résumé des exercices



Exercice #1
Roue des perceptions

« Partageons nos perceptions »

Un exercice permettant aux différents partenaires de présenter leurs perspectives sur chacun des enjeux de développement du Parc, selon la perspective de chaque organisation.



Exercice #2
L'arbre à problèmes

« Enrichissons nos perceptions »

Un exercice permettant aux participants de s'interroger collectivement sur les causes racines des différents enjeux de développement du Parc.



Exercice #3
Mission Impossible

« Entrons dans l'action »

Un exercice permettant aux participants d'identifier des projets fédérateurs de type « quick win » pour chacun des enjeux de développement du Parc.

Synthèse des résultats

Enjeu de cohabitation
générale

Causes identifiées

- Absence d’analyse/rétroaction collective suite aux événements
- L’information percole pas dans les organisations
- Pas de modèle de gouvernance favorisant la co-hésion entre les partenaires
- Lacunes liées à l’attractivité du parc
- Méconnaissance des services et des intérêts des partenaires
- Manque de communication et de solidarité entre les partenaires et la Société du PJD
- La nouvelle posture d’écoute de la nouvelle di-
rection amène le désir de discussion entre les par-
tenaires

Enjeu de cohabitation
lié à la fréquentation
du Parc

Causes identifiées

- Offre mal définie, manque de clarté dans le positionnement
- Manque historique de vision stratégique
- Historique de gouvernance instable à la SPJD
- La marque de certains partenaires est plus forte que celle du Parc
- Transport collectif manquant
- Enjeux budgétaires
- Ancrage de la voiture
- Besoin de réappropriation du Parc par les Montréalais de toutes origines
- Manque de communication et de visibilité
- Travail en silo et manque de concertation entre les partenaires
- Fragmentation de l’offre et des espaces dans le Parc

Enjeu de cohabitation
lié à l’offre récréative du Parc

Causes identifiées

- Historique de gestion cloîtrée, plus autocratique
- Historique de manque de vision
- Lourdeur de la convention collective
- Offre en dents de scie selon les demandes
- Manque de valorisation des installations existantes
- Manque de financement
- Beaucoup de secteurs de l’île sont sous-exploités et méconnus
- Manque d’équilibre dans l’offre
- Manque de leadership
- Manque de connaissance des enjeux et solutions des partenaires

Enjeu de cohabitation
lié à l’accessibilité du Parc

Causes identifiées

- Caractère insulaire du Parc
- 2 voies d’accès entre deux ponts
- Pas de voies de contournement (on compte uni-
quement sur le métro)
- Corrélation entre la programmation grandissante et la circulation
- Problème de perception (problème perçu comme temporaire en raison de la saisonnalité – feux + ponts fermés)
- Augmentation de la clientèle créant des goulots d’étranglement compte tenu de la capacité restreinte du lieu
- Problématique de restrictions routières
- Transports collectifs non adaptés
- Pas de diversité du transport collectif (monopole STM)
- Peu de moyens de financer le transport à long terme

An aerial photograph of a park area. A wide river flows from the top left towards the bottom right. A bridge crosses the river in the middle left. To the right of the bridge, there is a large, irregularly shaped pond surrounded by trees and some buildings. Further right, a long, narrow strip of land runs parallel to the river, containing a road, a track, and more trees. The background shows a dense urban area with many buildings and trees.

**Révision
des 7 enjeux
de développement
du Parc afin d'inspirer
la démarche**

La révision des enjeux de développement du Parc constitua l'une des pierres angulaires de la démarche de cocréation. Elle visa à informer les réflexions et faciliter l'ancrage de ces dernières dans la réalité terrain du parc.

La thématique et la description générale de chaque enjeu ont dans un premier temps bénéficié d'un processus de revue de littérature étoffé reprenant différentes archives du parc, plans directeurs passés, rapports de firmes conseil, etc. Chaque enjeu a pu également bénéficier des premiers ateliers de validation et d'approfondissement en partenariat avec la direction du PJD et les partenaires insulaires du Parc (voir les sections «atelier directeurs» et «atelier partenaires insulaires» pour une description de ces processus)

Enjeu #1

L'unité du lieu,
toujours
problématique

Objectif:
unifier le lieu sur le
plan identitaire et sur
le plan spatial



Les visiteurs s'identifient aujourd'hui davantage aux événements et aux équipements qu'au Parc lui-même. La complexité de l'organisation spatiale des îles, le manque de cohérence des différents réseaux de circulation, l'absence d'un mode de transport convivial et une signalisation inadéquate ne facilitent pas une appropriation globale du Parc.

Le site apparaît toujours comme un lieu multiforme, un lieu événementiel. La réalité est complexe et les perceptions diffuses. Le cloisonnement entre les différents attraits est quasi hermétique. Enfin, la fragmentation des lieux ne favorise pas l'utilisation de la dénomination « Parc Jean-Drapeau » et certains partenaires associent encore leur événement à l'une des deux îles dans leurs communications.

L'identité du Parc, tant au niveau de l'image que sur le plan spatial, gagnerait donc à être clarifiée et les sites à être mieux connectés afin d'augmenter la fréquentation du Parc, d'en améliorer la notoriété et de bonifier l'expérience globale des visiteurs, tout en faisant de la mosaïque contrastée du Parc Jean-Drapeau une force distinctive.

Enjeu #1

L'unité du lieu,
toujours
problématique

Objectif:
unifier le lieu sur le
plan identitaire et sur
le plan spatial

Besoins du PJD

Définir une identité uni-
ficatrice du site par des
aménagement cohérents

Élaborer une programma-
tion des activités et des
animations respectant la
diversité des usages et les
impératifs de cohabitation
des différentes clientèles

Faciliter l'appropriation
globale du Parc par les
usagers

Exemples d'opportunités / stratégies
d'intervention

- Augmenter l'impression d'unité du Parc en se dotant d'une structure claire d'organisation de l'espace et des services touchant :
- l'intégration des voies de circulation, du pavoiement, de la signalisa- tion, du mobilier urbain, de la qualité des matériaux, etc.
- la définition d'unités de paysage tenant compte des caractéristiques propres à chacun des secteurs du Parc
- la hiérarchisation de l'espace : sentiers, réseaux piétonniers, cy- clables et routiers par la mise en place d'une signalisation adéquate et uniforme
- l'atmosphère générale du Parc
- la sécurité dans le Parc
- Adéquation entre les types d'activités et les caractéristiques propres à chacun des secteurs du Parc en recherchant l'équilibre des usages, dans le respect de la vocation du site
- Développer un concept intégré d'interprétation et d'animation en permettant, par exemple, au visiteur de concevoir son propre circuit de villégiature.
- Implantation d'un service de transport intersites en tant qu'élément structurant d'animation et de développement harmonieux des activités du Parc
- Offre de forfaits jumelant activités et transport afin d'augmenter la durée de séjour des visiteurs
- Mise en place d'un circuit panoramique ou d'une visite guidée per- mettant de faire découvrir le Parc à travers l'ensemble des pôles d'ac- tivités.
- Utilisation des objectifs montréalais de réduction des gaz à effet de serre comme stratégie pour inscrire le Parc dans une démarche globale d'action citoyenne
- Utilisation du thème de l'eau comme élément unificateur et intégra- teur
- « Branding » illustrant un positionnement clair et unifié du Parc par la communication par les arts à travers le Parc
- Connectivité du Parc avec les citoyens sur l'ensemble du territoire métropolitain
- Élaboration de processus de gouvernance partagée du Parc avec les citoyens de Montréal
- l'offre alimentaire présente dans le Parc
- l'efficacité énergétique à travers le Parc
- les zones de transition entre les secteurs du Parc
- l'expérience l'Expo 67 à travers le Parc
- l'histoire du Parc
- l'éclairage à travers Parc
- les exemples de développement durable dans le Parc
- les exemples d'innovation dans le Parc
- « Branding » illustrant un positionnement clair et unifié du Parc par la communication par les arts à travers le Parc

Enjeu # 2

Aménagement et valorisation du site, une tâche à compléter

Objectif:
conserver et mettre en valeur le patrimoine naturel, culturel, historique du Parc



Le plan directeur de 1993 préconisait « la consolidation de l'espace vert et bleu par l'augmentation significative de la superficie et la visibilité de la verdure et de l'eau. Cela se fera au détriment de l'asphalte, du béton et autres surfaces minérales. L'accès au pourtour des îles sera préservé et les points d'accès à l'eau, particulièrement au fleuve, seront multipliés ».

Or, on constate aujourd'hui une perte importante du potentiel de promenade en bordure du fleuve et de certains plans d'eau, par ailleurs étouffés par la prolifération d'espèces exotiques envahissantes. En outre, l'étendue des espaces verts a diminué au profit des stationnements.

Concernant le patrimoine paysager, le plan directeur de 1993 évoquait « un milieu à caractère naturel créé et composé d'une diversité de paysages, généreusement planté d'arbres, d'arbustes, de plantes aquatiques et de fleurs. Les choix de matériaux et de mobiliers renforceront le caractère naturel du site ». Cependant, très peu d'investissements ont été consentis dans ce domaine au cours des années.

Le Parc recèle un patrimoine historique, archéologique, bâti, artistique et commémoratif important. Bien que certains bâtiments tels la Tour de Lévis, les pavillons des Baigneurs et de la Tunisie, aient été restaurés, d'autres, tels que la Place des Nations et le Pavillon du Canada, n'ont pas été rénovés et mériteraient d'être davantage mis en valeur. De plus, la vocation de certains éléments du patrimoine moderne devrait être définie.

Enjeu # 2

Aménagement et valorisation du site, une tâche à compléter

Objectif: conserver et mettre en valeur le patrimoine naturel, culturel, historique du Parc

Besoins du PJD

Renforcer la biodiversité et la protection des milieux naturels pour devenir chef de file en matière de protection des milieux naturels.

Protéger et mettre en valeur les espaces verts

Mettre en valeur le milieu riverain et les autres plans d’eau naturels

Reconnaître, protéger et expliquer le patrimoine historique et archéologique du site

Protéger, mettre en valeur et promouvoir les œuvres d’art public

Exemples d’opportunités / stratégies d’intervention

- Inventorier et sécuriser le patrimoine naturel (végétation, faune, géologie)
- Développer le volet éducatif de la biodiversité par le biais d’activités d’interprétation
- Faire du PJD un site exemplaire en termes de biodiversité et un terrain d’expérimentation pour le développement de projets témoins (en collaboration avec la Biosphère)
- Mettre en œuvre des mesures de protection permettant de minimiser l’impact des véhicules et des événements sur le milieu naturel
- Inclure dans les contrats de location de sites des clauses spécifiques relatives à la protection de la végétation et des espaces verts
- Déterminer des périmètres de protection
- Diminuer les surfaces de coupe pour laisser la place à la naturalisation
- Contrôler les espèces exotiques envahissantes
- Réintroduire les espèces indigènes
- Développer un plan de gestion des écosystèmes conciliant événements ponctuels et intégrité écologique
- Accueillir un événement d’envergure à caractère environnemental
- Élaborer une stratégie à long terme pour le développement et la mise en valeur des espaces verts en partenariat avec la Biosphère et l’école d’horticulture
- Consolider le couvert végétal
- Favoriser les espèces indigènes dans les aménagements paysagers
- Inventorier les berges
- Réhabiliter le milieu riverain tout en le rendant accessible
- Élaborer une stratégie à long terme de mise en valeur des berges
- Mesures de sécurité / aménagement Lac des cygnes
- Préserver les secteurs à caractère historique et archéologique à fort potentiel (identification et mise en valeur de l’historique et des traces du passé (bâtiments /œuvres d’art / site)
- Mettre en place un programme d’animation et d’interprétation des activités
- Mettre en place des circuits d’interprétation (signalisation et identification adéquates)
- Lieu qui reprend un caractère rapellant l’Expo 67 (audacieux, avant-gardiste, qualité du design, innovation en transport)
- Compléter la restauration des œuvres d’art datant de l’Expo 67
- Encourager les installations permanentes afin d’améliorer l’expérience du visiteur.

Enjeu # 2
Aménagement et
valorisation du site,
une tâche à compléter

Objectif:
conserver et mettre
en valeur le
patrimoine naturel,
culturel, historique
du Parc

Besoins du PJD

Reconnaître et protéger le
patrimoine paysager

Exemples d’opportunités / stratégies
d’intervention

- Élaborer une charte des paysages afin de permettre aux partenaires du Parc, à la Ville et aux usagers d’encadrer et de définir des objectifs communs quant à la vision d’ensemble, aux orientations, aux priorités et aux moyens de protection, d’entretien et de valorisation du patrimoine paysager
- Contrôler les transformations et les ajouts et veiller à leur intégration au caractère identitaire du site
- Mise en valeur des vues sur le fleuve et la ville, optimiser les possibilités d’ouverture sur la ville
- Restaurer adéquatement les plans d’eau et améliorer leur entretien
- Augmenter l’accessibilité aux plans d’eau paysagers (canaux, cascades, fontaines) et améliorer leur usage récréatif et leur visibilité
- Repenser la gestion des eaux de surface

Mettre en valeur et assurer
la pérennité du patrimoine
bâti, intérieur et extérieur
des immeubles et des ob-
jets associés, infrastruc-
tures et autres éléments
structurants du domaine
public par la mise en place
d’un programme de res-
tauration et d’entretien

- Gestion des matières résiduelles optimale (salubrité / visibilité / souci écologique / manipulation limitée et facile / distance) lors d’événement et hors événement
- Amorcer la démarche pour le classement du Parc, en vertu de la loi sur les biens culturels du Ministère de la Culture du Québec
- Diversifier l’expérience usager face au patrimoine bâti
- Mettre en place un programme d’animation comprenant des expositions et des activités d’interprétation
- Encadrer les interventions dans les secteurs de valeur exceptionnelle par des outils d’urbanisme adéquats en précisant les critères de design des transformations, et le cas échéant, des nouvelles constructions
- Utiliser un marquage au sol simple pour clarifier les pistes cyclables en collaboration avec les cyclistes utilisant déjà le Parc (amateurs et professionnels)
- Mieux signaler les pistes cyclables

- Mise en valeur du complexe aquatique et faciliter l’accès à partir du mail (au complexe et à ses estrades)
- Engager les mesures nécessaires à la mise aux normes et à la rénovation du restaurant HDC
- Définir ou réévaluer la vocation de certaines installations : théâtre des îles, des Lilas, de la Poudrière, Place des Nations
- Rendre au Parc son aspect bucolique.
- Revoir l’équilibre entre le minéral et le végétal.
- Maintenir et susciter l’intérêt des Montréalais envers les espaces verts et bleus.
- Inclure les vestiges les plus pertinents de l’Expo 67 dans la liste du patrimoine moderne.
- Se réapproprier le fleuve par une programmation culturelle le mettant en valeur

- Protéger et mettre en valeur les bâtiments d’intérêt architectural ou patrimonial par une programmation et un encadrement efficace des travaux prévus
- Identifier les besoins financiers pour le maintien du patrimoine bâti
- Mettre en valeur et redonner une fonction aux bâtiments patrimoniaux tout en les intégrant avec cohérence et harmonie dans la globalité du Parc.
- Assurer le maintien des actifs (le Complexe aquatique, la Tour de Lévis, le Musée Stewart, le Théâtre de la Poudrière, la Biosphère, les Étangs de la Poudrière, le Pavillon des activités nautiques, la station de pompage/filtration des îles, l’édifice administratif CJPX, la Rotonde, les abris pique-nique, la maison d’Antan, le Chalet de la Plaine, les vespasiennes, le Pavillon de la Tunisie, le secteur chez Tommy, les Floralties).
- Trouver une vocation à certains bâtiments (Hélène-de-Champlain, Place des Nations, Pavillon du Canada) et poursuivre les rénovations en cours (les Paddocks, le Pavillon du Canada, le HDC).
- Mieux signaler les pistes de vélo

Enjeu #3

Une accessibilité à optimiser

Objectif:
simplifier les accès
aux îles,
encourager les modes
de déplacements
alternatifs à
l'automobile,
sécuriser le territoire



Les contraintes physiques du Parc, dont son caractère insulaire, ses deux seules voies routières et l'absence de voie de contournement, ainsi que le peu de moyens de transport collectif mis à la disposition des usagers, font de la circulation un défi de taille. Les problèmes de circulation sont parfois perçus comme étant temporaires, notamment lors des moments forts de la saison, comme la tenue des feux d'artifice qui requiert la fermeture du pont Jacques-Cartier. Or, ils sont bien constants.

Les mesures proposées au plan directeur de 1993, notamment l'implantation d'un mode de transport collectif de type balade reliant les différents pôles d'activités du Parc et l'implantation d'un mode de transport collectif de type touristique entre le centre-ville, le Vieux-Montréal et le Parc Jean-Drapeau, n'ont jamais été mis en œuvre. La mobilité entre les sites ne s'est pas améliorée, en autres, pour les personnes à mobilité réduite. De plus, les espaces de stationnement se sont multipliés, mais sont toujours insuffisants pour certains partenaires résidents, en particulier lors de grands événements. La circulation automobile, elle, s'est accrue en lien avec la programmation.

En ce qui concerne les améliorations reliées au transport collectif, la Société de transport de Montréal (STM) propose une liaison quotidienne avec le Casino. Elle offre également une desserte saisonnière pour La Ronde et pour la Plage. De plus, les visiteurs peuvent bénéficier d'un service de navette fluviale entre le Vieux-Port de Montréal, le Parc Jean-Drapeau et la Rive-Sud, de mai à octobre. Toutefois, l'existence de cette navette reste peu connue du grand public.

Enjeu #3

Une accessibilité à optimiser

Objectif:
simplifier les accès aux îles,
encourager les modes de déplacements alternatifs à l’automobile,
sécuriser le territoire

Besoins du PJD

Développer l’utilisation des transports collectifs

Faciliter les transports actifs – vélo et marche

Encadrer les transports routiers afin de réduire les pressions inhérentes à la présence de l’automobile

Améliorer l’expérience de la mobilité sur le site du PJD

Exemples d’opportunités / stratégies d’intervention

- Développement de partenariats, aménagements et développement de projets favorisant l’usage de navettes intersites, l’usage de la navette fluviale et le métro.
- Aménagements dissuasifs face au transport automobile
- Aménagements favorisant l’intermodalité active
- Réévaluation des pratiques de gestion lors des grands événements afin de limiter les contraintes aux usagers, notamment la réduction des périodes de fermeture
- Prendre rapidement les mesures nécessaires pour assurer la sécurité des visiteurs sur le site et sur la piste cyclable.
- Réduire, en priorité, la circulation automobile et le nombre d’espaces de stationnement aux endroits stratégiques et de grande visibilité.
- Éliminer la circulation de transit sur le chemin Macdonald
- Aménagements favorisant la fluidité et la sécurité du transport automobile
- Développer une politique en faveur des familles pour l’accès aux stationnements (espaces réservés)
- Développer des aménagements et des projets permettant de créer une expérience riche, agréable, efficace et efficiente de la mobilité dans le PJD
- Favoriser un entretien efficace et efficient des infrastructures d’accès au PJD tout au long de l’année
- Implanter des aménagements et des projets favorisant la sécurité dans les déplacements
- Accessibilité universelle
- Cohabitation harmonieuse des fonctions dans les parcours de circulation

Enjeu #4

L'offre récréative du Parc, intéressante mais incomplète

Objectif:

Reconnaître le patrimoine sportif et favoriser l'appropriation et la fréquentation du Parc par les usagers grâce à la cohabitation harmonieuse des activités, des animations et des événements sportifs, de plein air et de villégiature.



Très peu d'actions significatives ont été engagées pour appuyer et favoriser le développement du sport et de l'activité physique, entre autres, parce que les investissements dans les infrastructures sportives sont essentiellement liés à l'attraction d'événements majeurs internationaux (Olympiques de 1976, Formule 1, Championnats du monde de natation). De plus, l'entretien et la modernisation des infrastructures et des équipements existants devraient faire l'objet d'une vision à long terme.

Toutefois, la fréquentation du site par les fédérations sportives, toutes disciplines confondues, s'est accrue au cours des dernières années, et ce, malgré la tarification en vigueur. En conséquence, il s'avère nécessaire de reconnaître, de valoriser et d'amplifier formellement le volet sportif et de plein air du Parc Jean-Drapeau.

Enjeu #4
L’offre récréative du Parc, intéressante mais incomplète

Objectif:
Reconnaître le patrimoine sportif et favoriser l’appropriation et la fréquentation du Parc par les usagers grâce à la cohabitation harmonieuse des activités, des animations et des événements sportifs, de plein air et de villégiature.

Besoins du PJD

Assurer la mise en valeur et la protection des actifs à caractère sportif

Augmenter et diversifier l’offre de services en matière de sports, d’activités physiques et de plein air en fonction de la vocation du site

Maintenir l’attrait du Parc comme lieu d’accueil d’événements sportifs d’envergure, dans une perspective durable, selon la capacité d’accueil du site et en fonction des acquis patrimoniaux

Faciliter l’accueil et la coordination entre les organisations sportives lors d’activités ou d’événements

Exemples d’opportunités / stratégies d’intervention

- Mettre à jour l’inventaire des actifs à caractère sportif
- Identifier les besoins financiers en matière de protection des actifs
- Élaborer un plan d’action pour la mise en valeur et la protection des actifs liés au patrimoine sportif du Parc (Ex : mise en valeur du complexe aquatique et faciliter l’accès à partir du mail (au complexe et à ses estrades))
- Aménagements favorisant l’intermodalité active
- Réévaluation des pratiques de gestion lors des grands événements afin de limiter les contraintes aux usagers, notamment la réduction des périodes de fermeture
- Prendre rapidement les mesures nécessaires pour assurer la sécurité des visiteurs sur le site et sur la piste cyclable.
- Redéfinir les espaces par fonction tout en restant multifonctionnels (2 ou 3 options par fonction)
- Développer un plan de circulation qui optimise la cohabitation entre les fonctions et garde les zones visiteurs (services, piétons, véhicules et vélos) isolées des autres activités de support (entretien, installation et logistique événementielle)
- Développer une politique d’accueil des événements sportifs
- Consolider le calibre international du Parc : design, expérience du lieu, atmosphère, qualité des matériaux (hors normes, hors temps)
- Développer une signalisation homogène flexible / ajustable qui optimise l’accessibilité des lieux (claire et facile à suivre)
- Se doter d’un plan d’investissements approprié
- Rechercher des partenariats financiers afin de bonifier le patrimoine sportif
- Développer un plan d’entretien favorisant l’annualisation des activités sportives (ex: gestion de la neige optimale (permet l’accessibilité, minimise les interventions et favorise la pérennité))
- Intégrer l’Allée Calder et l’Amphithéâtre dans l’offre récréative : événements majeurs, mineurs/animations et hors événements (transformables facilement)
- Avoir recours à des équipements adéquats en fonction d’une offre de services 4 saisons.
- Développer un plan de promotion pour l’ensemble des activités physiques, sportives et de plein air
- Mettre en place les infrastructures et les services adéquats favorisant un meilleur environnement de pratique pour les activités sportives, physiques et de plein air afin de répondre aux besoins et aux attentes des clientèles concernées.
- Favoriser de nouveaux partenariats avec les organismes de Montréal, les arrondissements, etc.

Enjeu #5

La fréquentation
locale et touristique
en deçà du potentiel
du site

Objectif:
mettre en valeur et
développer l'offre
globale du Parc et
définir son image de
marque.



D'abord lieu de villégiature imaginé par Frederic Todd, une figure marquante de l'architecture du paysage du Québec, le Parc était un site alors fréquenté pour sa baignade et ses espaces de pique-nique. L'arrivée de l'Expo 67 a inéluctablement transformé l'image de Montréal mais également la vocation première du parc. Par la suite, l'arrivée des promoteurs privés a donné lieu à un renforcement d'activités multisectorielles faisant du Parc un lieu de destination plutôt que de villégiature.

Essentiellement pour des raisons financières, mais également en raison d'un historique de gouvernance complexe et de l'absence d'une vision claire, la stratégie d'animation, au cours des années, a été orientée vers l'accueil d'événements ponctuels ou récurrents, initiés en grande partie par des promoteurs. Ces événements, de nature très diversifiée, soit sportifs, récréatifs, culturels et autres, ont permis un accroissement significatif de la fréquentation du site en période estivale laissant le Parc à lui-même en saison hivernale, sauf lors de la Fête des Neiges.

Plusieurs de ces activités contribuent à la vitalité de l'industrie touristique de Montréal et à son rayonnement international, mais exercent néanmoins une pression importante sur l'environnement général du Parc, notamment une diminution des surfaces végétales, un accroissement de la circulation automobile et une limitation à l'accès général du site. De plus, des partenaires résidents constatent que la modulation de la programmation crée des moments de grande intensité où plusieurs événements se côtoient et se chevauchent, suivis de moments plus calmes.

Le Parc Jean-Drapeau demeure animé, mais l'attrait des visiteurs est davantage lié à l'intérêt suscité par les événements qu'à la qualité intrinsèque du Parc et de ses activités. Les partenaires du Parc jouissent d'une plus grande notoriété que celle du Parc, ce qui contribue à cette problématique. Cette approche a toutefois le mérite de réduire la contribution de la Ville de Montréal au budget d'exploitation du Parc. Reste à la Société de formaliser les termes de sa mission d'animation et de sa politique d'accueil d'événements afin de clarifier l'offre et son positionnement.

Enjeu #5
La fréquentation locale et touristique en deçà du potentiel du site

Objectif:
mettre en valeur et développer l’offre globale du Parc et définir son image de marque.

Besoins du PJD

Faire du Parc une destination incontournable pour les autobus touristiques.

Maintenir le niveau actuel d’animation et l’élargir en développant d’autres types d’activités favorisant l’augmentation de la fréquentation du Parc sur une base régulière

Exemples d’opportunités / stratégies d’intervention

- Suivre l’exemple de la Finlande qui a misé sur la nordicité pour faire sa promotion.
- Entreprendre des actions marketing à l’instar de l’Islande pour faire du Parc une destination unique faisant la fierté des Montréalais.
- Produire un plan de communication aussi bien au niveau local, national qu’international visant à augmenter la notoriété et faciliter l’approche du touriste face à la diversité déstructurée de l’offre d’activités.
- Créer une expérience « hors normes, hors lieux, hors temps » afin de faire rejaillir l’esprit de l’Expo 67 en créant une programmation basée sur la démesure, l’avant-gardisme et l’innovation.
- Clarifier la mission d’animation de la Société par le biais d’une politique d’animation visant à définir les champs d’animation ou à développer et à préciser les instigateurs et les sources de financement des nouvelles activités
- Maintenir le rôle d’accueil des grands événements sportifs et culturels afin de soutenir le développement de l’industrie touristique et la vocation internationale de Montréal.
- Utiliser l’accueil d’événements grand public comme moyen d’encourager la découverte du site et la sensibilisation à sa protection
- Mettre en avant l’insularité du site comme un point fort de la programmation.
- Trouver des moyens incitant la clientèle locale et régionale à fréquenter le Parc en dehors des grands rendez-vous comme Osheaga et le Grand Prix du Canada.
- Garder le visiteur captif sur le site en augmentant l’offre et la diversité de la restauration qui reflète la cuisine du monde entier à l’instar de l’Expo 67.
- Poursuivre la réflexion sur la programmation de la Place des Nations, place de mémoires vives, de bonnes vibrations et de détente, tel que proposé par la Société en juillet 2016.

Enjeu #5
La fréquentation locale et touristique en deçà du potentiel du site

Objectif:
mettre en valeur et développer l’offre globale du Parc et définir son image de marque.

Besoins du PJD

Doter le Parc Jean-Drapeau d’une politique d’encadrement des événements conciliant la vocation, la capacité du site, les usagers et les différentes catégories de clientèles (régulière, ponctuelle, partenaires, etc.)

Concilier la politique d’encadrement événementiel avec les cadres environnemental et paysager du Parc

Exemples d’opportunités / stratégies d’intervention

- Privilégier la recherche et l’accueil d’événements en accord avec les usages du Parc (récréatif, culturel, loisirs, détente, événementiel, sportif et activités physiques, etc.)
- Attirer une clientèle variée à la fois locale, internationale, multiculturelle et intergénérationnelle et tenir compte des générations futures dans la programmation et le positionnement du Parc.
- Offrir une programmation accessible à tout type de clientèles, les jeunes pour partager un moment entre amis, les anciens à la recherche de quiétude, les jeunes couples en quête de lieux romantiques ou au contraire de sensations fortes, les familles avec enfants, ceux qui ont vécu l’Expo 67 et les autres.
- S’assurer d’une gestion adéquate du calendrier en fonction des impératifs d’entretien, de réfection, de sécurité, de mesures d’urgence, de la programmation des différents partenaires et des requêtes de tiers, notamment celles de la Ville de Montréal
- Inciter les promoteurs à encourager l’utilisation des modes de transport collectifs et actifs pour accéder au site
- Minimiser les effets contraignants en déterminant le cadre opérationnel inhérent à la tenue des événements (temps de montage et de démontage des installations, etc.)
- Obliger les promoteurs à appliquer les principes du développement durable dans leurs opérations (restauration, gestion des déchets et autres)
- Mettre en œuvre des mesures de protection permettant de minimiser l’impact des événements sur les milieux naturels et sur les bâtiments :
 - En déterminant des périmètres de protection
 - En incluant dans les contrats de location de sites des clauses relatives à la remise en état des sites après les événements et aux frais des promoteurs (protection de l’environnement et des bâtiments)
- S’assurer de la faisabilité des projets proposés par les promoteurs par le biais de plans d’affaires
- Identifier les zones d’événements et en définir la vocation
- Aménager des zones d’accueil événementielles avec des matériaux fonctionnels et intégrés aux cadres environnemental et paysager
- Redonner une vocation au Fort St-Hélène (Musée Stewart) : maintenir les activités à caractère historique y compris un nouveau centre d’interprétation.

Enjeu #6

Une cohabitation qui reste à peaufiner

Objectif:
encourager la
concertation entre les
partenaires insulaires
et s'assurer de leur
contribution significa-
tive afin de protéger
la viabilité du Parc à
la fois comme espace
naturel et lieu de
divertissement.



Force est de constater que les intérêts commerciaux des différents partenaires ne favorisent pas toujours le développement d'une vision intégrée et cohérente et que l'adhésion collective des partenaires aux intérêts inhérents au développement et à la mise en valeur d'un parc public est à solidifier. La diversité des activités offertes par les partenaires résidents est un atout incontestable pour le Parc, d'autant plus qu'il s'agit d'une offre complémentaire. Toutefois, ces activités s'adressent à une clientèle bien spécifique. Il est par conséquent difficile de cibler d'autres publics (par exemple, passer d'un public familial à une clientèle plus adulte). Il faut aujourd'hui trouver l'équilibre afin que tous collaborent à faire du Parc un lieu couru localement et recherché internationalement tant pour sa faune et sa flore que comme lieu récréatif. Cette harmonie toujours fragile entre nature et divertissement doit être réfléchie dans une vision commune qui reste à construire afin de pouvoir léguer aux futures générations un Parc toujours vivant.

Enjeu #6

Une cohabitation qui reste à peaufiner

Objectif: encourager la concertation entre les partenaires insulaires et s’assurer de leur contribution significative afin de protéger la viabilité du Parc à la fois comme espace naturel et lieu de divertissement.

Besoins du PJD

(cohabitation générale)

Assurer une meilleure cohabitation entre partenaires insulaires et développer le plein potentiel du « grand parc urbain animé » tel que perçu par l’entendement populaire, soit un vaste espace vert offrant des activités récréatives libres, tout en présentant des activités intensives dans des pôles bien délimités et circonscrits.

Faciliter et solidifier la communication entre les partenaires résidents

Réduire la friction entre les usages

Mieux cohabiter avec la nature

Exemples d’opportunités / stratégies d’intervention

- Assurer une meilleure écoute de la part de la SPJD
 - Favoriser l’appropriation des enjeux de cohabitation du Parc à tous les employés de la SPJD et aux employés des partenaires du Parc
 - Créer une mécanique de gouvernance collective entre les partenaires insulaires.
- Créer des liens plus permanents entre la SPJD et les partenaires résidents
 - Miser sur la complémentarité des partenaires insulaires (pas en compétition)
- Ne pas organiser plusieurs gros événements en même temps
 - Mieux moduler le calendrier en fonction des besoins des partenaires résidents
- Faire une analyse sur le mouvement des animaux pour éviter des incidents (renards frappés sur la route, etc.)
- Créer des canaux de circulation de l’information pertinente aux partenaires qui soient plus constants
- Assurer une meilleure sécurité sur les sites connexes (exemple : jeunes sur les toits de la Biosphère durant Osheaga)
 - Sensibiliser les employés des événements privés pour les périodes de montage et de démontage (code de conduite – Ex: ne pas aller trop vite avec les équipements, etc.)
- S’assurer de l’imputabilité et de la réparation des dommages causés par les événements (gazon mort, etc.)

Enjeu #6
Une cohabitation
qui reste à peaufiner

Objectif:
encourager la
concertation entre les
partenaires insulaires
et s’assurer de leur
contribution significa-
tive afin de protéger
la viabilité du Parc à
la fois comme espace
naturel et lieu de
divertissement.

Besoins du PJD

(en lien avec la fréquentation et l’offre récréative)

Clarifier et mieux communiquer l’offre du Parc Jean Drapeau

Utiliser la force du positionnement des partenaires pour accroître celui du PJD

Élargir et bonifier l’offre durant les quatre saisons, et particulièrement en hiver

Faciliter l’expérience “tout compris”

Favoriser l’accès au fleuve par tous les partenaires

Exemples d’opportunités / stratégies d’intervention

- Fédérer la programmation résidente et celle de passage
- Rendre davantage visible l’offre du Parc nature
- Révéler l’historique du Parc et son riche patrimoine sur place (en particulier Expo 67)
- Mieux mettre en valeur l’art public
- Mettre en valeur les récits forts du PJD
- Développer une stratégie commune
- Faciliter la concertation et les positionnements / objectifs croisés
- Développer une vision stratégique en ce sens
- Faciliter les synergies entre les offres
- Réfléchir aux passes de saison commune
- Offrir certaines gratuités ou des rabais pour faciliter une fréquentation croisée de l’offre
- Consolider l’offre résidente aux événements privés (curling traditionnel (Musée), ski de fond, balades en raquettes, etc.)
- Un guichet unique d’accueil pouvant rediriger vers les différentes attractions (possiblement au Hélène de Champlain?)
- Toilettes, cafés, breuvages au même endroit
- Utiliser le fleuve comme source d’événements communs et rassembleurs touchant tous les partenaires

Enjeu #6
Une cohabitation
qui reste à peaufiner

Objectif:
encourager la
concertation entre les
partenaires insulaires
et s’assurer de leur
contribution significa-
tive afin de protéger
la viabilité du Parc à
la fois comme espace
naturel et lieu de
divertissement.

Besoins du PJD
(en lien avec l’accessibilité)

**Mieux communiquer l’offre
en transport et son évolu-
tion**

**Mieux intégrer les parte-
naires les plus isolés géo-
graphiquement (Ex: Musée)**

**Optimiser l’offre en trans-
port de manière à favoriser
l’harmonie d’usage et d’ac-
cès entre les partenaires du
parc**

**Exemples d’opportunités / stratégies
d’intervention**

- Mieux communiquer les entraves entre les partenaires
- Encourager davantage les visiteurs à prendre les transports en commun en tout temps

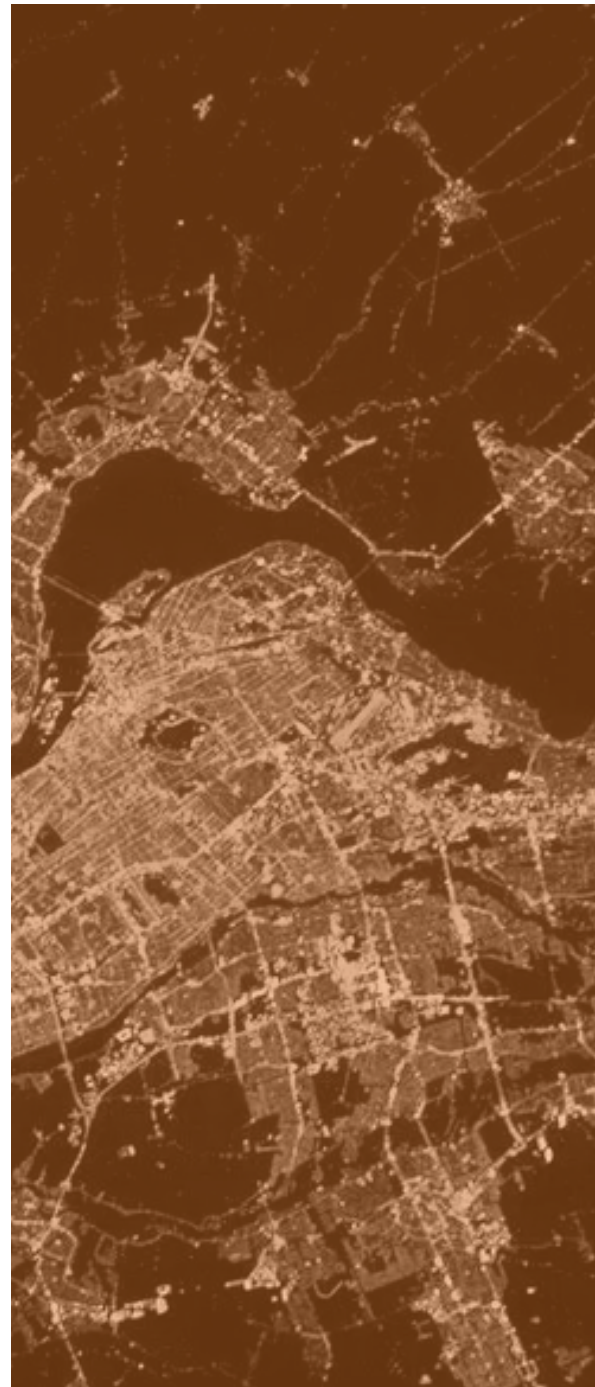
- Création de parcours thématiques transversaux liant les offres des différents partenaires

- Faire une étude de marché pour justifier des investissements additionnels
- Concerter les partenaires autour des pistes de solution à prioriser
- Propulser le développement du monorail en débutant par un projet pilote de navettes entre les deux rives et entre les pôles
- Faciliter la promenabilité et le transport actif

Enjeu #7

Une connectivité
avec les partenaires
extérieurs poten-
tiels et les citoyens à
établir et à structurer

Objectif:
développer un lien
avec les
citoyens de Montréal
et les partenaires
potentiels
à l'extérieur du parc



Bien que le Parc se situe à quelques minutes du centre-ville grâce à la station de métro de l'Île Sainte-Hélène, de nombreux Montréalais continuent de le percevoir comme un site éloigné et difficilement accessible. Considérant les objectifs d'augmenter l'achalandage du Parc et de créer de nouvelles opportunités d'affaires, il importe de corriger cette perception et de rétablir un sentiment de proximité avec les Montréalais et, de manière plus générale, avec l'ensemble des usagers du Parc.

Parmi les stratégies permettant d'atteindre ces objectifs, le Parc désire notamment se connecter davantage avec des organismes montréalais tout en créant des partenariats d'affaires originaux et en permettant de mettre en valeur les atouts du Parc.

Comment les espaces et l'animation du Parc pourraient-ils devenir une source de création de valeur ou d'innovation pour les organismes montréalais ?

Comment l'expérience du Parc pourrait-elle apporter un caractère « hors normes » aux offres déjà présentes sur le territoire de la métropole (ex : Quartier des Spectacle, Parcs nature, Quartier de l'innovation, etc.) ?

Comment établir un tel partenariat avec des organismes à l'extérieur de Montréal, que ce soit à l'échelle nationale ou internationale, dans une optique d'accentuer le rayonnement du Parc à grande échelle et de développer de nouveaux marchés ?

Enjeu #7
Une connectivité avec les partenaires extérieurs potentiels et les citoyens à établir et à structurer

Objectif:
développer un lien avec les citoyens de Montréal et les partenaires potentiels à l'extérieur du parc

Besoins du PJD

Exemples d'opportunités / stratégies d'intervention

Établir avec les organismes montréalais une collaboration d'affaires afin d'augmenter l'offre du Parc et celle des partenaires

Poser les gestes nécessaires pour que le Parc devienne un levier de développement pour la métropole

Accroître la promotion du PJD et de son offre à Montréal

Faciliter la réappropriation du PDJ par les Montréalais de toute origine

- Faire intervenir les organisations et les entreprises de la métropole de manière à explorer de nouveaux modèles d'affaires conjoints pouvant créer de la valeur collective
- Développer des partenariats avec des entreprises comme Breather Inc. qui favorise le développement d'usages temporaires des espaces vacants
- Faire intervenir les organisations et les entreprises de la métropole de manière à explorer de nouveaux modèles d'affaires conjoints pouvant créer de la valeur collective
- Développer des partenariats avec des entreprises comme Breather
- Mieux positionner la programmation du PJD dans les outils promotionnels touristiques de Montréal
- Renforcer les liens avec les hôtels de Montréal
- Cibler les croisiéristes à l'automne
- Miser sur les usages émergents des groupes qui utilisent déjà le plus le Parc (BBQ, etc.)
- Développer des offres en lien avec plusieurs groupes d'intérêts spécifiques
- Assurer une meilleure sécurité sur les sites connexes (exemple : jeunes sur les toits de la Biosphère durant Osheaga)
- Sensibiliser les employés des événements privés pour les périodes de montage et de démontage (code de conduite - Ex: ne pas aller trop vite avec les équipements, etc.)

Atelier ambassadeurs

Formation et lancement
du processus
de cocréation
sur les enjeux 1 à 7



Ateliers ambassadeurs: principales étapes

Atelier de formation: un premier atelier d’appropriation de 3h regroupant tous les ambassadeurs fut effectué. Cet atelier permis d’aborder un premier enjeu (enjeu 1) de développement du PJD de manière collective et visa à s’assurer que le processus d’idéation et les outils afférents étaient compris de tous.

Suite à l’atelier: chaque ambassadeur s’est vu remettre des « fiches enjeux » (enjeux 2 à 7) décrivant ces derniers et incorporant des exemples de recommandations et de projets stratégiques touchant ce dernier. Deux enjeux furent abordés à chaque semaine et ce, pendant 3 semaines. L’ambassadeur avait alors la mission de communiquer les caractéristiques des « enjeux de la semaine » à son équipe et de recueillir les pistes de solutions sous la forme de fiches projets (gabarit de récolte fourni).

Ateliers de suivi : des rencontre d’échanges thématiques de 90 minutes eurent lieu par la suite afin de discuter des idées reçues pour chaque enjeu. Chaque rencontre devait couvrir les 2 enjeux thématiques abordés au cours de la semaine précédente. Ces rencontres permirent d’approfondir et d’interroger les idées proposées et d’en évaluer le potentiel et la faisabilité.

Présentation des ambassadeurs
par direction

Direction > Opérations	Direction > Administration	Direction > Communications + Programmation	Direction > Infrastructure + Gestion de projets
Donald Renaud-Labrie Christian Giroux Stéphane Côté Rubidia Roque Mathieu Jobin-Landriault Jean-François Vadeboncoeur Simon Renaud Marc-Roger Onana Brigitte Roy Richard Bilodeau François Jutras-Côté Mathieu Guimond MorganP Brigitte Tremblay Chantal Massé Marie-Claude Brun Nadia Robidoux	Sandra Vaillancourt Vanessa Dufresne Andréanne Poirier Marie-France Rondeau	Karine Chantigny Sophie Coley Marie-Josée Desharnais Jacques Fortier Alexis Gareau Julie Ladouceur Léa Paquet-Montet Philippe Morazain Philippe Morrisson	Rheda Lamri

Résumé des exercices pour chaque enjeu



Exercice # 1
Brainstorming

« Comment pouvons-nous aider à solutionner l’enjeu d’unité du Parc ? »

Des idées individuelles ont été mises en débat en équipe. Les idées les plus porteuses ont été positionnées sur un tableau efforts vs gains et regroupées selon leur degré de similarité. À la fin de cette étape, chaque équipe devait sélectionner une idée à fort potentiel à approfondir à l’étape suivante.



Exercice # 2
Approfondissement

« Transformons une idée à fort potentiel en projet intelligent réalisable ».

Des cartes d’inspiration illustrant des exemples de leviers ville intelligente (infrastructure / infostructure / sociostructure) furent distribuées aux équipes. Ces dernières devaient sélectionner les leviers à activer afin de transformer une idée en projet intelligent maximisant la création de valeur pour le public cible.



Exercice #3
Identification

« Identifions les projets qui ont le plus grand potentiel d’impact »

Les idées retenues par les équipes furent positionnées sur le référentiel “roue des villes intelligentes” afin de déterminer les zones d’intervention privilégiées de manière collective et les leviers ville intelligente à activer afin de résoudre l’enjeu à l’étude.

Enjeu #1: L'unité du lieu

MOBILITÉ

1

Navette STM vers centre ville

2

Téléphérique

3

Navette entre les sites / parcours

4

Monorail

5

Tramway qui fait plusieurs arrêts sur l'île

6

Découvrir le Parc avec une balade en train

7

Autres accès de la Rive Sud pour libérer le pont

8

Meilleur affichage

9

Signalisation numérique

10

Application interactive affichage numérique

11

Plus de signalisation (cartes info sites)

12

Identification des secteurs du Parc (floralie, circuit, etc.)

13

Application mobile, englobe les services + carte interactive

14

Vélo gratuit en libre service

15

Piste cyclable touristique autour de l'île, vélo, véhicules éco. avec mini rond point

16

Proposer des parcours très clairement identifiés

17

Créer un parcours piéton qui facilite le déplacement

18

Tours/parcours guidés qui montrent les attraits du Parc

19

Kiosque d'accueil

20

Accès au fleuve St-Laurent

21

Mobilité sur l'ensemble du site

MODE DE VIE

22

Cineparc / parking

23

Programmation multi partenaires

24

Promotions pub regroupées

25

Forfaits inter partenaires - visiter plusieurs endroits

26

Image de marque intégrée incluant partenaires insulaires

27

Visuel festif (impression d'activités en période morte)

28

Sécurité de la clientèle pendant les événements

29

Rassemblement «bouffe de rue»

30

Destination training plein air

31

Zone d'entraînement officielle en enclos

32

Tarif unique qui donne accès à tout

33

Tour de Lévis accessible aux visiteurs payants

34

Offre alimentaire de type pique nique

35

Guide touristique

36

Installations rétractables pour spectacles

37

Présence élargie du personnel d'accueil / horaires ,etc.

38

Aire de restauration

39

Refaire les jardins

40

Frontière destination / proximité

41

Accueil central, ponts Jacques-Cartier et de la concorde

42

Logo du Parc sur le terrain / image de marque

43

Mobilier urbain / station de ravitaillement

44

Créer un seul parking pour chaque île

45

Parc vert, propre, sans eaux usées

46

Connexion spatiale avec les entités du PJD

47

Terminer l'aménagement de l'île Notre-Dame

48

Repenser les voies de circulation selon les modalités de transport

HABITANTS

49

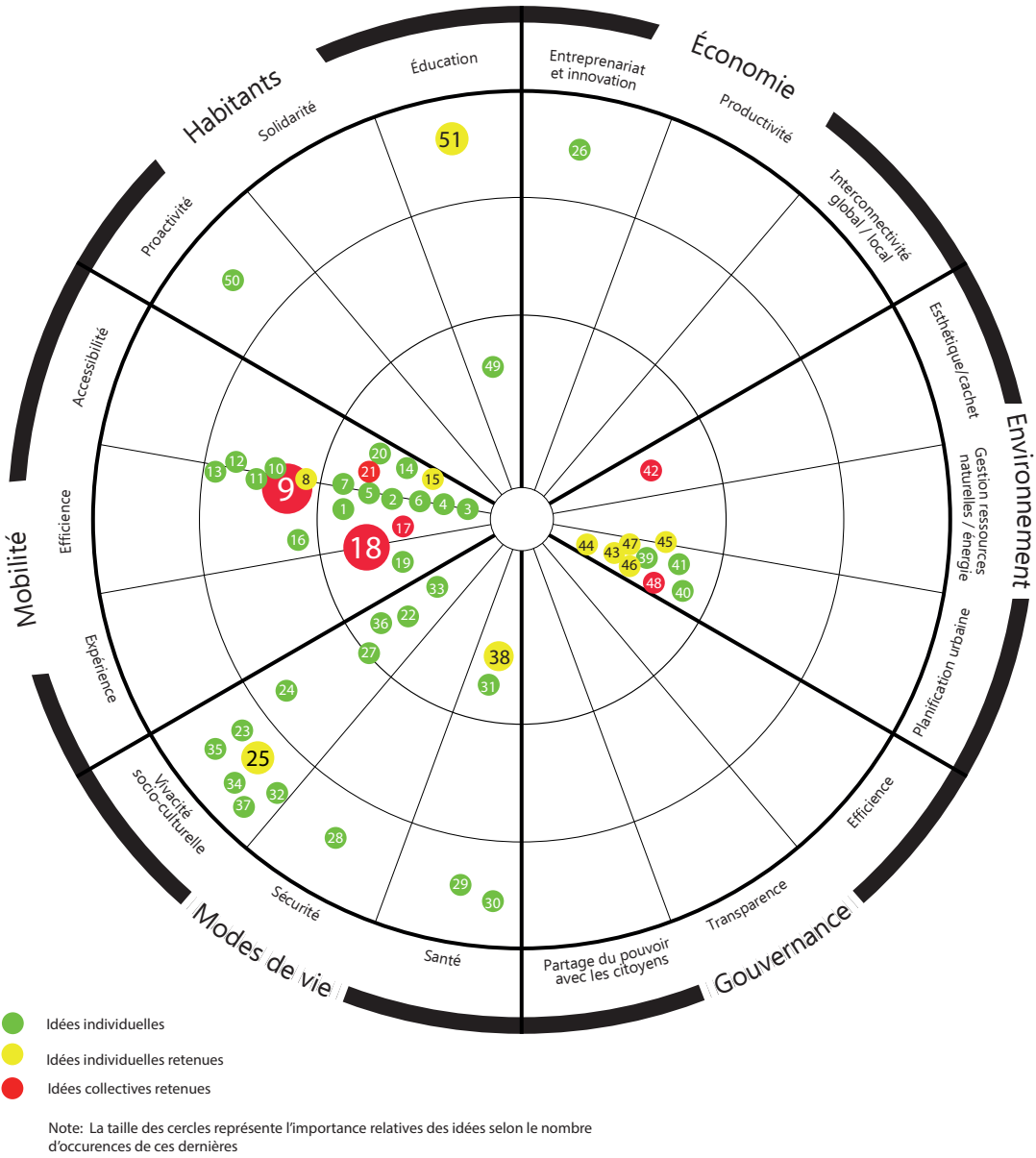
Panneaux explicatifs

50

Amis du Parc

51

Faire connaître l'histoire des îles et Parc



Enjeu #1: Propositions de projets retenues par les équipes

1 Création d'un parcours intelligent au Parc Jean-Drapeau

Gains visés

- Faciliter le déplacement et l'accessibilité pour permettre aux clients de découvrir les différents pôles (touristiques)
- Vision globale du Parc Jean-Drapeau
- Valoriser le développement durable en utilisant l'électrification des rails, utilisation des vélos, enfin zéro gaz à effet de serre

Leviers

Le projet consiste à créer un parcours clair et bien orienté afin de montrer l'ensemble des attraits principaux du PJD (par thématique): muséal, sportif, événementiel, etc.). Par des sentiers piétonniers, cyclables et mécaniques. Ce parcours permettrait de repenser l'aménagement adéquat, sécuritaire, homogène, équilibré pour l'ensemble des deux îles.

2 Une image uniforme et omniprésente - Faire une signature pour un Parc uniforme

Gains visés

- Afficher ce que l'on veut être

Leviers:

- Augmenter la visibilité du logo / signature du Parc sur tout le site en incluant chez les partenaires / événements / installations
- Clarifier notre image
- Conformité, identification (visuelle)

3 Destination interactive / dynamique! Faire des outils interactifs pour partager le contenu afin de valoriser la destination

Leviers

- Améliorer / créer des bornes interactives d'information + Application mobile
- Lieux
- Histoire

- Activités
- Événements
- Parcours

4 Assurer une mobilité globale pour améliorer l'expérience client et l'accessibilité des différents secteurs

Gains visés

- Faciliter les déplacements
- Faire connaître les produits et les lieux
- Mettre en valeur les forces du Parc (historique, nature, accès au fleuve)
- Réduire le nombre de véhicules circulant et présents

Leviers

- Mise en place d'un système de transport léger / écologique pour assurer une accessibilité globale à tous les secteurs du Parc. Intégration d'un volet d'animation et interprétation afin de faire découvrir le Parc.

5 Faire une balade touristique pour tour guidé

Gains visés

- Publicité dans les médias
- Informer les arts publics
- Redécouvrir les différentes activités du Parc
- Augmentation de la clientèle
- Gestion interne

Leviers:

Tour guidé avec:

- Balade en train
- En vélo / patin à roulettes
- À pied
- Accès à la tour de Lévis et autres
- Tour guidé thématique

Atelier de suivi

Enjeux 2 + 3



Enjeu #2: Aménagement et valorisation du site : une tâche à compléter

ENVIRONNEMENT

1

Déterminer la vocation des sites

2

Normes de préservation des sites f: évènements

3

Dissociation de la fonctionnalité des 2 îles

4

Adhésion à des programmes de reconnaissance en développement durable

5

S'associer à des groupes d'intérêt (ex: fondation David Suzuki et plan d'action St-Laurent)

6

Redonner une vocation à la surface de la plaine des jeux

7

Réaménagement des sentiers pédestres et riverains

8

Retrait des clôtures et rampes de protection sur le Circuit Gilles-Villeneuve

9

Mise à jour du mobilier urbain

10

Amélioration de la vue au fleuve pour circulation et activités

11

Développer et créer des terrasses et passerelles pour profiter de la vue sur le fleuve et Montréal

12

Rassembler dans les jardins des Floralias les œuvres d'art extérieures qui sont éparpillées actuellement sur les 2 îles. Cela permettra aux visiteurs qui privilégient les arts de vivre une expérience unique dans un environnement exceptionnel sans qu'ils aient à parcourir des kilomètres à la recherche des œuvres qui sont souvent difficiles d'accès et dont beaucoup de personnes ignorent l'existence.

13

Pavillon du Canada : pourrait devenir soit d'autres salles de location, ou le rendre accessible au grand public en le transformant en Musée de l'Expo 67 avec des expositions temporaires et permanentes + maquette Expo 67

14

Transformer le pavillon de la Tunisie en centre d'interprétation et d'accueil avec possibilité de location de vélo (éco-récro) et de vente de crème glacée et restaurant saisonnier, et finalement en faire une gare pour un train électrique (voir enjeux 3).

15

Revoir la gestion des eaux sur les 2 îles pour en optimiser tous les aspects

16

Revoir le rôle de l'eau du fleuve; de pluie; d'aqueduc

17

Revoir la gestion de l'eau : arrosage, eau grise; eau sanitaire

18

Revoir comment intégrer l'eau dans les éléments du Parc

19

Faire un centre d'interprétation au pavillon de la Corée pour mettre en valeur la biodiversité et le patrimoine

MODES DE VIE

20

Partenariat avec le musée pour le volet patrimoine

21

Partenariats pour le volet «outreach» sur le site

22

Partenariats pour le volet expérience hors les murs

23

Restaurer les bâtiments de l'Expo67 ou des olympiques et mettre des panneaux et de l'audio visuel

24

Développer des pavillons de services pour que les usagers puissent profiter d'activités en plein air

25

Espace pour restauration

26

Valoriser les sports d'hiver : ski de fond, raquettes, patin, etc.

27

Piste cyclable le long des berges sur l'île Ste-Hélène qui devient piste de ski de fond en hiver

28

Maquette Expo 67

29

Transformer le pavillon de la Tunisie en centre d'interprétation et d'accueil avec possibilité de location de vélos (éco-récro) et de vente de crème glacée et restaurant saisonnier, et finalement en faire une gare pour un train électrique (voir enjeux 3).

30

Rassembler dans les jardins des Floralias les œuvres d'art extérieures sont éparpillées actuellement sur les 2 îles. Cela permettra aux visiteurs qui privilégient les arts de vivre une expérience unique dans un environnement exceptionnel sans qu'ils aient à parcourir des kilomètres à la recherche des œuvres qui sont souvent difficiles d'accès et dont plusieurs personnes ignorent l'existence.

HABITANTS

31

Site d'interprétation sur la biodiversité et le patrimoine géologique du Parc (lieu physique dédié, animateur physique ou virtuel, panneaux d'interprétation, parcours réalité augmentée) partenariat avec la Biosphère pour une expérience vivante en biodiversité/environnement

32

Vulgariser le parc avec de la propagande + information

33

Créer des sites familiaux

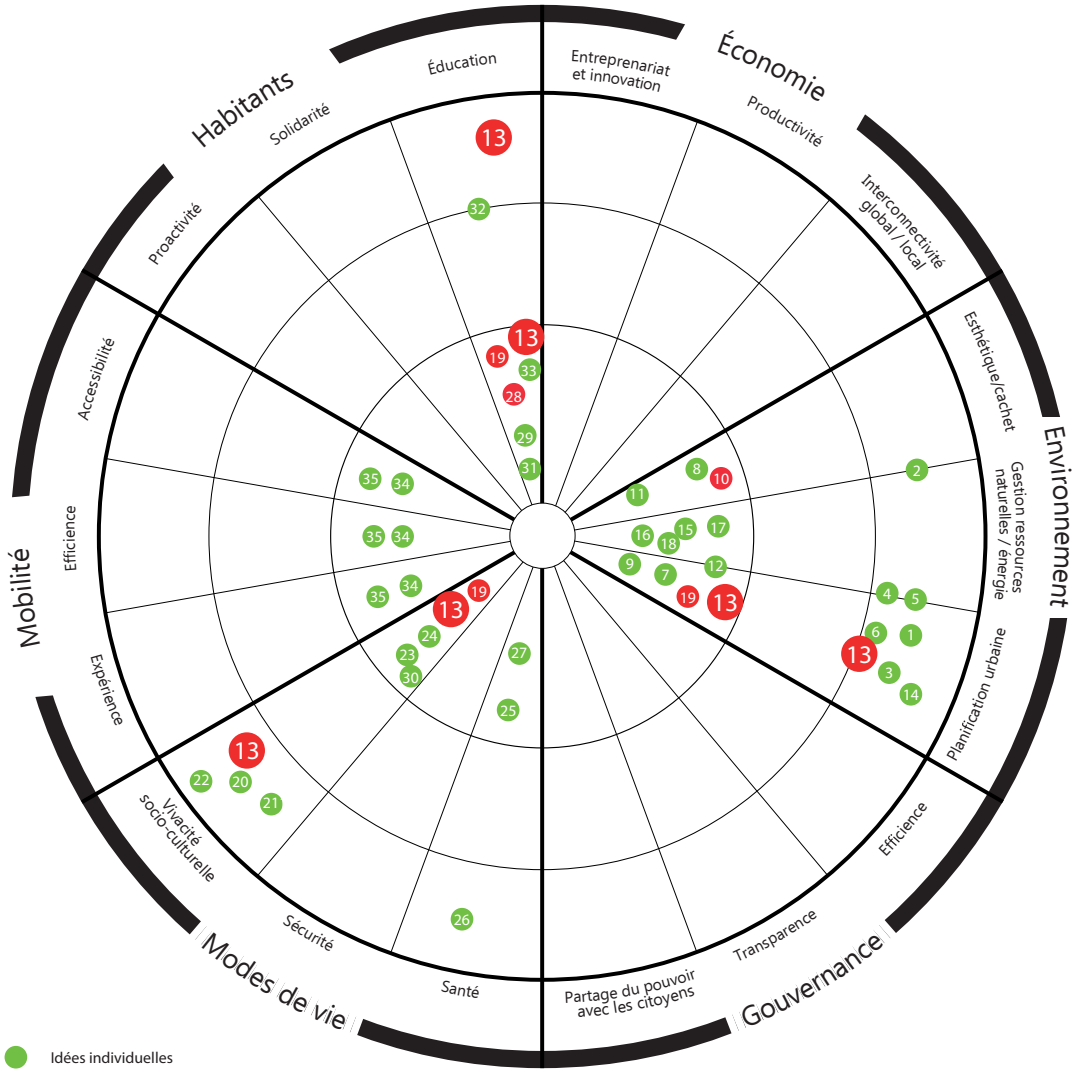
MOBILITÉ

34

Plus d'accès au PJD par le fleuve : Développer la navette fluviale et même des bateaux taxis

35

Un autobus qui fait le tour de l'île



Enjeu #2: Propositions de projets retenues par les équipes

1

Aider à la fluidité des déplacements

Gains visés

- Améliorer l'Expérience client
- Faire revivre d'une autre façon la magie de l'Expo 67
- Augmenter l'achalandage

Leviers

- Donner les informations aux visiteurs en temps réel
- Création d'une maquette de l'Expo 67
- Création du format réduit d'Expo 67 incluant tous les pavillons et activités

2

Redonner accès / visuel eau pour circulation et activités

Gains visés

- Augmentation achalandage
- Offre d'appel unique
- Vue extérieure du PJD
- Offre complète pour clientèle
- Augmentation et création d'emploi

Leviers

- promenades pour vélo
- promenades pour piétons
- aire de repos (infos)
- circulation train léger
- points de vue
- aires de pique-nique
- Aménagements paysagers

3

Faire un centre d'interprétation pour mettre en valeur la biodiversité et le patrimoine

Gains visés

- Mettre en valeur la biodiversité / patrimoine historique du PJD en devenant le 1er centre d'interprétation en région urbaine (positionnement comme Pointe-à-Callières)
- Accroître notoriété, achalandage du Parc, répondre à une demande actuelle et développer la programmation

Leviers:

- Lieu dédié pour accueillir et faire connaître la biodiversité et le patrimoine historique (Expo + Olympiques) + Guerre, Etc.
- Au pavillon de la Corée (proximité métro)
- Plateforme technologique, visites virtuelles, hologrammes
- Volet de découvertes pour les enfants
- Expérience hors-murs avec l'implication de la Biosphère et du Musée Stewart et lien avec organismes pour préservation (ex: David Suzuki)

4

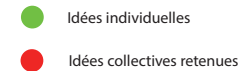
Mise en valeur de l'île Notre-Dame

Gains visés

- Redonner à l'île Notre-Dame (spécialement au Pavillon du Canada) sa grandeur d'aménagement

Leviers

- Le projet consiste à revoir l'aménagement actuel du Pavillon du Canada afin de le mettre en valeur dans le site via un aménagement digne de son nom
- Transformer la fonction du Pavillon du Canada en Musée de l'Expo 67 afin de redonner accès aux citoyens et de leur permettre d'explorer les objets et les moments forts de l'histoire du Canada et de la province de Québec.



les interstices

Enjeu #3: Propositions de projets retenues par les équipes

1

Faire une toute nouvelle signalisation pour optimiser les déplacements

Gains visés

- Aider à la fluidité des déplacements
- Donner les informations aux visiteurs en temps réel

Leviers

- Créer une nouvelle signalisation intelligente qui facilitera les déplacements de tous les visiteurs (piétons, voitures, vélos, Bixi)
- Panneau d'affichage numérique pour publicité et annonces importantes en lien avec l'accès du Parc

2

Encourager le transport collectif et la création d'une navette

Gains visés

- Faciliter accès aux îles

Leviers:

- Favoriser le transport en commun
- Navettes intersites (ex: navette fluviale pour sites touristiques à Montréal)

3

Faire une réhabilitation des guérites pour contrôler notre territoire

Gains visés

- Perception manuelle possible lors d'événements
- Diminution / élimination circulation transit
- Accueil et orientation véhicules lourds

Leviers

- Retour guérites est-ouest
- Utilisation guérites Concorde
- Utilisation guérite Cosmos nord

4

PMV et île N-D - Zéro émission de gaz à effet de serre

Gains visés

- Faciliter le déplacement des clients dans les deux îles, sans recours à la voiture sauf les voitures de la SPJD et les fournisseurs externes
- Éliminer les stationnements et valoriser la stratégie du développement durable

Leviers

- Le projet consiste à planifier des parcours, mécaniques, cyclables, et piétons dans les deux îles, N-D et S-H
- Les parcours seront distincts par leurs thématiques, muséal, sportif, et événementiel

Atelier de suivi

Enjeux 4 + 5



Enjeu #4: L'offre récréative du Parc : intéressante mais incomplète

MODES DE VIE

1

Terrain de tennis

2

Décalade tour Lévis Biosphère

3

Patinoire sur le bassin olympique / hiver et/ou été

4

Application sportive des offres PJD

5

Mur d'escalade avec vue sur Montréal

6

Pente à tubes tout l'hiver

7

Vague artificielle (surf)

8

Restos

9

Boutique souvenir pour les visiteurs du PJD

10

Centre multisport, gym et cafétéria

11

Dôme piscine

12

Cinéma en plein air

13

Dév. offre récréative - attraits gratuits (jeux pour enfants, etc.)

14

Centre d'évaluation de la performance (clinique sportive avec les associations professionnelles)

15

Arbre en arbre

16

Descente en rappel de la Biosphère

17

Photobooth souvenir (permanent)

18

Sleigh Ride

19

Courses motoneige

20

Course boîte à savon

21

Souper dans les airs avec grue

22

Volet festivals de Montréal

23

Offre récréative diversifiée selon les saisons (Food Trucks, vélo, balades, entraînements, pétanque, ping-pong)

24

Vélo: familial + Fat Bike l'hiver

25

Minigolf avec crèmerie

26

Activités sur la biodiversité du Parc

28

Randonnée équestre

27

Nuit blanche (vélo + patin + musique + hiver + course)

28

Événements sportifs accessibles à tous (ski / raquettes)

29

Yoga (événement ou récurrent)

30

Bootcamp estival + hivernal

31

Ski de fond + Raquettes

32

Lien avec l'autre enjeu: développer une programmation de loisirs au PJD

33

Fermette d'animaux

35

Hockey junior / majeur - Ligue américaine / Canadien

36

1 activité sportive par mois sur les 12 mois

37

Crossfit X Games

38

Immersion en plein air

39

Compétition internationale de drones

40

Vidéo endossements célébrités sportives au (PJD)
Inviter des sportifs de haut niveau dans leur domaine qui viendront s'entraîner au PJD

41

Superglissade d'eau

42

Trek-Fit

43

Concours sportifs

44

Accueil événements sportifs d'envergure ou nichés mais ayant une grande portée (Ex: Redbull Crash Ice)

45

Weekends du monde

46

Politique du sport (développer + bonifier + Instaurer des balises + Positionner le PJD)

ÉCONOMIE

47

Nous intégrer dans la programmation des cours de la Ville (installations municipales)

48

Partenariat avec compagnies externes pour exploitation des eaux / location d'embarcations

49

Regroupement d'embarcation sportives

50

Regroupement fédérations sportives

ENVIRON.

51

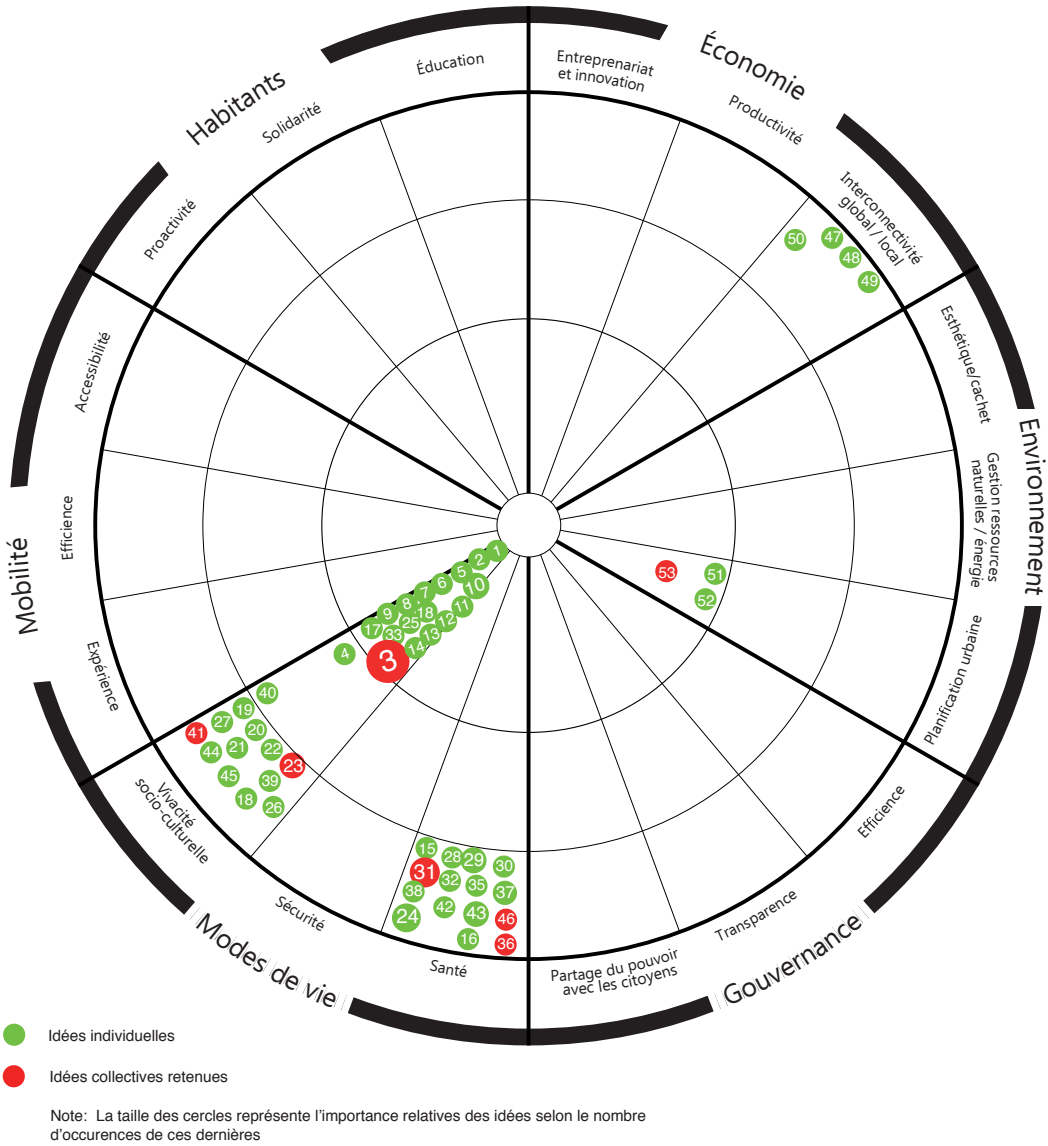
Asphalter devant le Hélène-de-Champlain

52

Sentiers de randonnée - Mont-Boulé

53

Optimisation des actifs (C.A., Q.A. patinoire, bassin, Tour de Lévis, etc)



Enjeu #4: Propositions de projets retenues par les équipes

1

Superglisse d'eau (Slide The City)

Gains visés

- Attirer la clientèle locale et augmenter la fréquentation et la visibilité
- Augmenter les revenus
- Attirer une nouvelle clientèle

Leviers

- Faire événement spécial pour augmenter la fréquentation/revenus
- Organiser un événement « Slide The Park » pour un week-end

2

La saison hivernale

Gains visés

Diversifier l'offre récréative en tirant profit de l'hiver

Leviers

- Utiliser le circuit Gilles-Villeneuve (moitié de sa largeur) pour une piste de ski de fond qui serait entretenue par une machinerie adéquate.
- Utiliser la bassin olympique comme glace pour la patin /ballon balai / hockey. Nous avons le Quartier des athlètes pour se réchauffer et une terrasse pour des journées thématiques.

3

Faire bonifier et adopter la politique du sport pour se donner des balises d'actions et d'investissements

Gains visés

- Démocratiser l'accès aux installations sportives
- Se donner un levier pour justifier des investissements dans le but de maintenir et d'améliorer les infrastructures
- Respecter nos partenaires sportifs en clarifiant notre position
- Favoriser et supporter la pratique sportive tant chez les athlètes de haut niveau que par le grand public.

Leviers

Le Parc doit se positionner clairement comme lien privilégié pour la politique du sport et du plein air. Cette politique existe. Elle a été présentée à la direction en septembre 2014 et elle peut être bonifiée.

4

Faire une utilisation maximale de nos installations pour augmenter la notoriété du Parc

Gains visés

- Découvrir le Parc, redévelopper le réflexe d'aller au Parc
- Augmenter l'achalandage
- Développer le sentiment d'appartenance des employés

Leviers

- Optimiser les actifs (C.A., Q.A. patinoire Bassin, Tour de Lévis, etc.)
- Développer une offre diversifiée avec les saisons (Food Trucks, vélo, ballades, entraînements, pétanque, ping-pong)
- Activités hivernales (Nuits blanches, glissades, hockey junior, etc.)

Enjeu #5: La fréquentation locale et touristique en deçà du potentiel du site

MODES DE VIE

1

Forfait passe 2 jours multide destinations (la Ronde, plage musée et activités)

2

Forfait scolaire

3

Forfaits hébergement + repas + spectacle + musée + la Ronde + pique-nique. Etc.

4

Restaurer les bâtiments de l'Expo 67 ou des olympiques

5

Passeport

6

Musée des enfants

7

Musée Expo 67 dans la Biosphère

8

Musée hanté de l'Halloween

9

Ambiance permettant de faire revivre Expo 67 aux visiteurs du PJD

10

Festival Expo67

11

Expo de photos de la Biosphère sur Expo 67

12

Créer des projets hors du commun à la saveur Expo 67 (foresta lumina, moulin a images , etc.)

13

Marché public

14

Grande foire sur la vitrine montréalaise : culture (gastronomie et spectacles) , sciences (vulgarisation des secteurs d'activités) , populations (diversité , intégration) – Qu'est-ce que Montréal à travers des expositions visuelles et des exposants

15

Camp de jour d'été pour profiter de nos activités

16

5@7 musicaux et jeudis jazz

17

Festival photo de Montréal

18

Nouvelles attractions ouverte à l'année

19

Concours d'élagueurs

20

Monter des activités avec l'association des premières nations

21

Thématique multi culturelle (Pow wow, chasse aux trésors / rallyes, etc.)

22

Développer le volet culturel de la programmation destinée aux baby boomers orchestre Place des Nations, art public, etc.

23

Faire des WEM des rendez-vous hebdomadaires au lieu d'un événement ponctuel

24

Faire un événement «wow!» dans le jardin des floralies et qui serait payant

25

S'assurer d'avoir une programmation constante et accessible pour la clientèle de Montreal (ex : activités familiales hebdomadaires, etc.)

26

Équipe d'interprétation pour installations GPF1

27

Montgolfières au PJD

ENVIRONNEMENT

28

Aménagement d'un kiosque d'info dans l'édifice du métro

29

Mosaïcultures et sentiers lumineux artistiques

30

Rénover la Place des Nations

31

Complexe hôtelier avec un SPA détente

32

Jardin communautaire

33

Un quartier de boutiques de luxe et de restaurants

34

Camping d'hiver/été insolite - Cap jaseux - Concept «lits canopée»

35

Offrir des lieux avec des toilettes et cabines pour les cyclistes et autres sportifs, aussi accessibles en hiver

36

Aménager les floralies par aires pique-nique jour / soir

37

Plantes comestibles

38

Tour de Lévis ouverte au public en tout temps

39

Une vallée des artistes

40

Mettre en valeur les fontaines comme à Paris

ÉCONOMIE

41

Miser sur la promotion des points forts du Parc

42

Imposer les normes ISO 20121 à tous les événements tenus au PJD

43

Créer un attrait touristique pour accueillir la clientèle Locale et touristique arrivant par le pont de la concorde sur l'île notre dame, ..

44

Monter un organisme Tourisme PJD

HABITANTS

45

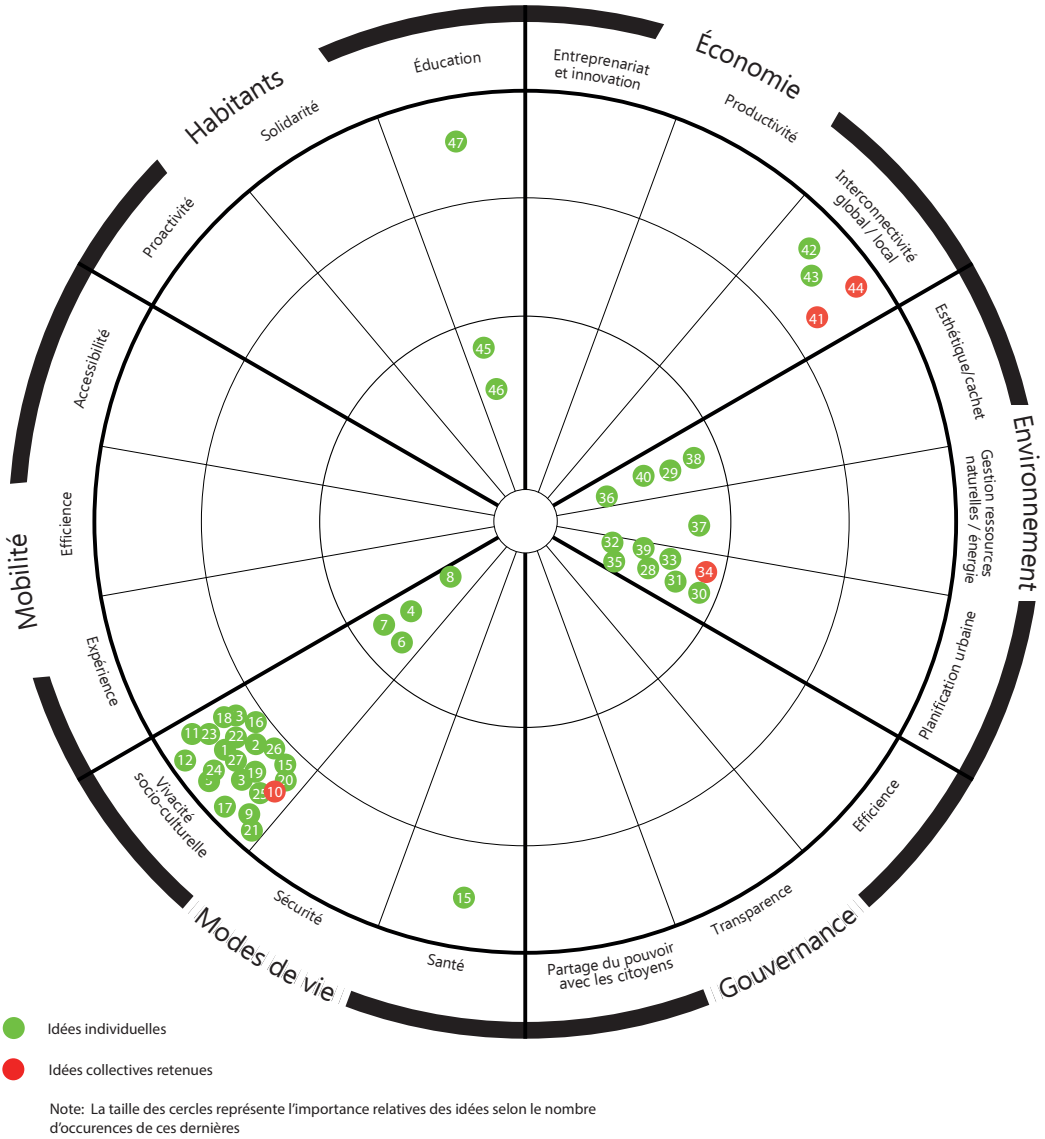
Musée des enfants

46

Musée expo 67 dans la biosphère

47

Expo de photos de la biosphère sur Expo 67



Enjeu #5: Propositions de projets retenues par les équipes

1

Créer des espaces réservés et attrayants

Gains visés

- Cohérence dans notre message
- Priorité à certains sites plutôt qu'aux événements
- Éviter de grandes déceptions des visiteurs
- Se réapproprier notre espace

Leviers

- Identifier des espaces réservés pour que les visiteurs y aient accès 365 jours par année
- Rendre ces espaces accessibles en tout temps.
- Ces sites seraient mis de l'avant et totalement interdits aux promoteurs.

2

Camping insolite hiver / été de luxe (confortable) pour touristes

Gains visés

- Attirer la clientèle touristique
- Offrir une solution d'hébergement
- Augmenter la visibilité et le rayonnement à plus grande échelle

Leviers

- Aménager une dizaine d'emplacements pour un camping insolite haut de gamme.
- Incluant des installations sanitaires et électriques avec foyers.

3

Clarification de l'offre touristique du Parc pour mieux gérer nos ressources et développer notre image de marque

Gains visés

- Envoyer message clair à la population
- Plus grand achalandage
- Créer et stabiliser les emplois

Leviers

- Définir l'offre des bâtiments, et ce, à l'année
- Prise en charge et accompagnement de la clientèle touristique hors-Québec
- Programmation orientée vers la visite des lieux et découverte des traditions québécoises (marché public, Food Trucks, événements)

4

Faire un festival pour revivre l'Expo 67

Gains visés

- Avoir la possibilité de célébrer le 50e et de faire revivre ce moment important de l'histoire de Montréal et du Parc
- Offrir une attraction à l'année

Leviers

- Proposer un premier festival qui ferait revivre au public les grands moments et l'esprit de l'Expo 67. Ce festival pourrait revenir annuellement pour faire un pont entre le legs de l'Expo 67 et le futur du Parc Jean-Drapeau. Un musée pourrait être créé pour être ouvert à l'année.

Atelier de suivi

Enjeux 6 + 7



Enjeu #6: Une cohabitation qui reste à raffiner

ÉCONOMIE

1

Mettre en place un calendrier contenant tous les services et évènements des partenaires insulaires

2

Guichet unique pour unifier les programmations

3

Mettre en évidence la programmation des partenaires dans nos saisons mortes

4

Offre forfaitaire pour différentes activités du parc

5

Sondages conjoints avec les partenaires pour mieux comprendre les besoins transversaux de la clientèle.

6

Open house des partenaires insulaires pour le public

7

Partenariat global SPJD pour passeports et rabais

8

Concours avec ou sans média sociaux – prix à gagner – passes ou billets pour musée, etc.

9

Programmation conjointe (ex : DJ au Casino pendant île sonik)

10

Visite garage Grand Prix

11

Vendre une carte annuelle de membres du Parc donnant des rabais et des offres spéciales chez les partenaires insulaires

12

Chaque partenaire produit une activité extérieure en guise de promotion

13

Passe de journée PJD donnant accès à tout avec possibilité d'ajouter stationnement multiple

14

Boutique souvenirs de Montréal

15

Visibilité / portes ouvertes (Biosphère, musée, etc.)

16

Visibilité inter-partenaires (ex : logo du PJD sur billets ou passes STM ou logo sur billets musée Stewart, etc.)

17

Kiosque d'info à la sortie du métro

18

Avoir une application intelligente avec les évènements de tous les partenaires

19

Inclure davantage d'informations des partenaires insulaires sur le site web

20

Elaborer un cahier de normes graphiques et d'appellations du Parc « dictionnaire du PJD » puis rencontrer les partenaires afin d'expliquer notre démarche. Mettre une personne ressource pour l'approbation des visuels

21

Inclure les partenaires dans l'offre permanente et décliner dans promo + pub avec chacun de leurs axes. Simplifier la communication

22

Intégration de tous les partenaires dans les communiqués qui les touchent (ex : cartes de Noël)

23

Image de marque inclusive

GOUVERNANCE

24

Faciliter et solidifier la communication entre les partenaires

25

Augmenter la communication avec les partenaires (avoir une personne responsable à l'interne)

26

Visite du parc pour les partenaires (mieux connaître)

27

Cocréer avec les partenaires un plan d'opérations communes

28

Créer un comité « enjeux généraux » avec tous les partenaires avec des pouvoirs et des budgets alloués pour chaque entité

29

Rencontres biannuelles où les partenaires échangent sur leurs stratégies à venir et visant les opportunités de partenariat

30

Table ronde des partenaires

31

Former les partenaires pour qu'ils puissent mieux connaître le Parc

32

Améliorer le volet partenaires dans la formation des employés et inviter leurs employés à essayer

33

Présenter chacun des services du Parc aux partenaires « ce que nous faisons »

34

Journée « portes ouvertes employés » pour faire connaître les partenaires sur les 2 îles

MODES DE VIE

35

Des restaurants communs / Food truck

36

Plus de concessions alimentaires

37

Rapatrifier le musée Gilles Villeneuve au Parc

38

Fêtes gourmandes

39

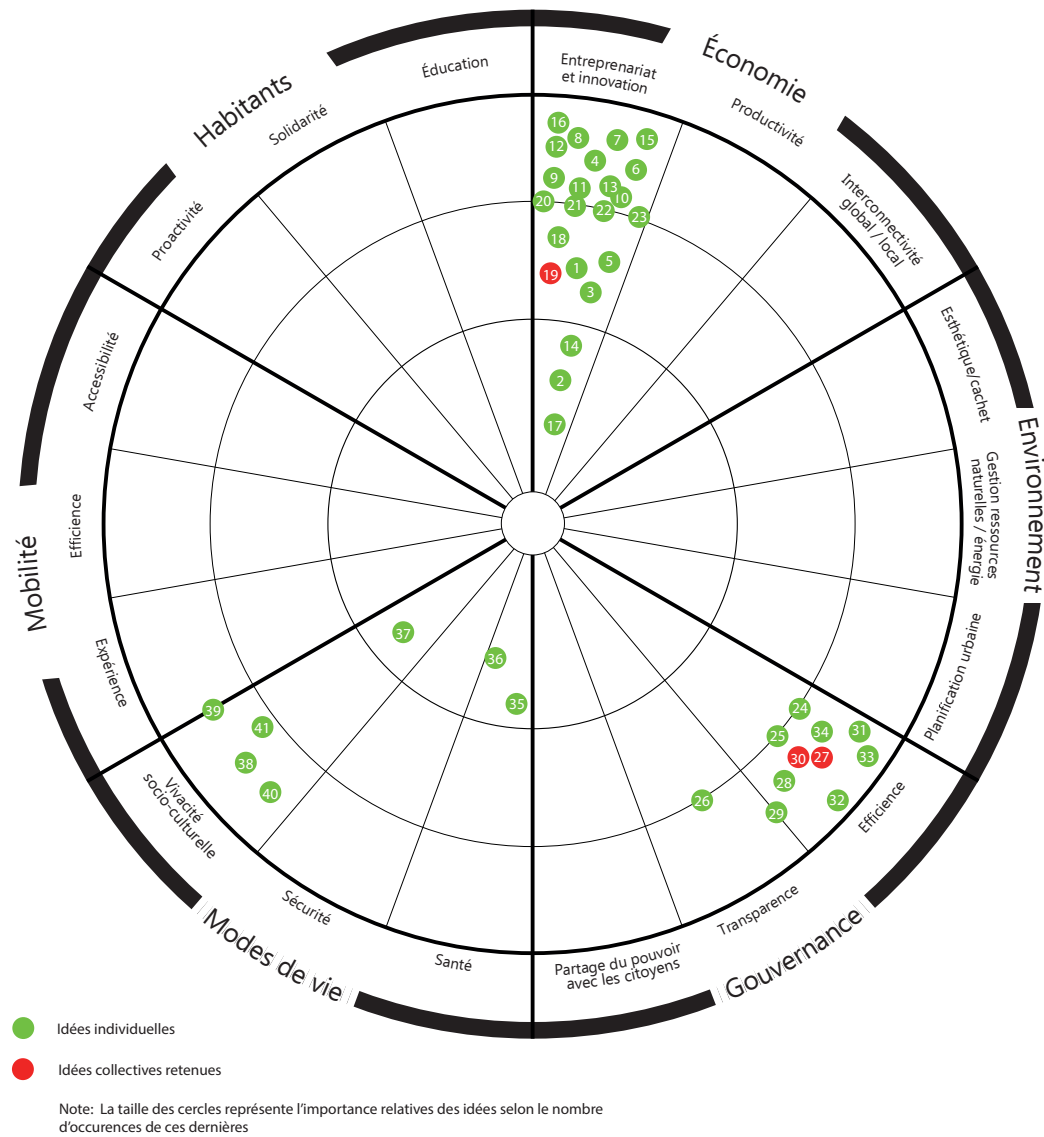
Balades sensorielles (montages russes à la Ronde, exposition /culturelle au musée Stewart, chateur et sable à la plage, hasard au Casino, odeurs aux jardins, etc.)

40

Jardin Grande Bretagne – petit concert jazz les mercredis

41

Visite de la tour de Lévis + descente en rappel pour les plus téméraires



Enjeu #6: Propositions de projets retenues par les équipes

- 1** *Faire un plan d'opérations communes pour mieux servir la clientèle et les employés.*

Gains visés

- Meilleur service à la clientèle
- Moins d'irritants pour l'interne et l'externe
- Meilleure gestion des opérations

Moyens

- Connaître la programmation de chaque partenaire insulaire
 - Voir aux attentes et objectifs communs
 - Coordonner ensemble nos opérations (Directions)
 - Voir aux événements communs et leurs impacts
- Objectifs / gains visés :

- 2** *La vitrine PJD*

Gains visés

- Tous les partenaires devraient être plus en lien pour donner les informations à jour à la Vitrine.
- Permettre d'uniformiser la programmation au fil des saisons

Moyens

- Guichet unique qui permettrait d'accueillir le public en donnant toute l'info de chacun des partenaires insulaires et offrir une billetterie au même endroit.

- 3** *Des partenaires impliqués*

Gains visés

- Impliquer les partenaires insulaires
- Faire approuver et réfléchir les partenaires pour qu'ils soient partie prenante de cette démarche.
- Recueillir des idées et points de vue différents
- Amener les différentes personnes impliquées à constater la complexité de cet enjeu
- Amener les partenaires à s'engager avec la Société du Parc Jean-Drapeau sur le plan directeur

Moyens

- Impliquer les partenaires plus activement dans cette démarche pour qu'ils sentent qu'ils font partie des idées et des décisions
- Organiser un atelier comme celui-ci avec eux

- 4** *Augmenter l'information concernant les partenaires insulaires sur le site web de la SPJD pour améliorer la vision intégrée et la cohérence du PJD.*

Gains visés

- Augmenter la vision intégrée
- Mieux faire circuler l'information
- Créer des relations de collaboration avec les partenaires

Moyens

- Ajouter les informations de base sur La Ronde, les Musées, etc.
- Créer un calendrier commun des événements de tous les partenaires
- Amener aussi les partenaires à faire la même chose sur leur site

Enjeu #7: Une connectivité avec les organisations externes à établir et à structurer

MODES DE VIE

1

Programmation plus accessible: petits événements

2

Association avec musées et festivals de Montréal pour augmenter la visibilité

3

S'associer avec des écoles de Montréal et du Québec pour venir découvrir la biodiversité du Parc dans le cadre de cours d'écologie / d'environnement

4

Avoir une ressource au Parc dédiée au développement du Parc avec des acteurs de Mtl et du Québec (Dév. Affaires.)

5

Coupons rabais dans pamphlets / passeports vacances incluant partenaires / carte Accès Montréal (SEPAQ, etc.)

6

Devenir membre / faire partie de l'application Montréal en histoire et avoir des points d'intérêt / Bornes à quelques endroits stratégiques dans le Parc

7

Animer davantage l'infolettre avec la promotion partenaires

8

Commandites / billets de faveur pour les médias

9

Carte fidélité avec partenaires insulaires

10

Samedi classique (OSM / Métropolitain, Place des Nations)

11

Jeudi soirée groupes émergents sur l'eau / autres endroits +

12

Foire alimentaires les samedis d'automne

13

Faire un événement au Parc dans le cadre du festival Montréal en Lumière

ÉCONOMIE

14

Partenariat avec Tourisme Montréal

15

Partenariat avec des agences touristiques aux USA

16

Liens avec clubs de marche et organismes communautaires

17

Renforcer les liens avec les hôtels pour encourager les employés à parler de nous à leurs invités

18

Valoriser la collaboration / Faire connaître les collaborations

19

Participation active à des salons conférences (sportifs, tourisme, environnement, etc.)

20

Publicités et relations publiques hors-Québec plus ciblées

21

Nouveaux partenaires grâce à une équipe de démarchage

22

Cibler les croisiéristes à l'automne

ENVIRONNEMENT

23

Concours pour nommer Parterre ou nouvelle place

24

Avec la nouvelle image de marque > campagne de publicité pour démystifier les perceptions du PJD

25

Site alternatif pour les festivals de Montréal

26

Créer une zone pique-nique avec BBQ pour contrôler les déchets, risques de feu, et créer une zone pour les communautés

HABITANTS

27

Créer une association des amis du PJD

GOVERNANCE

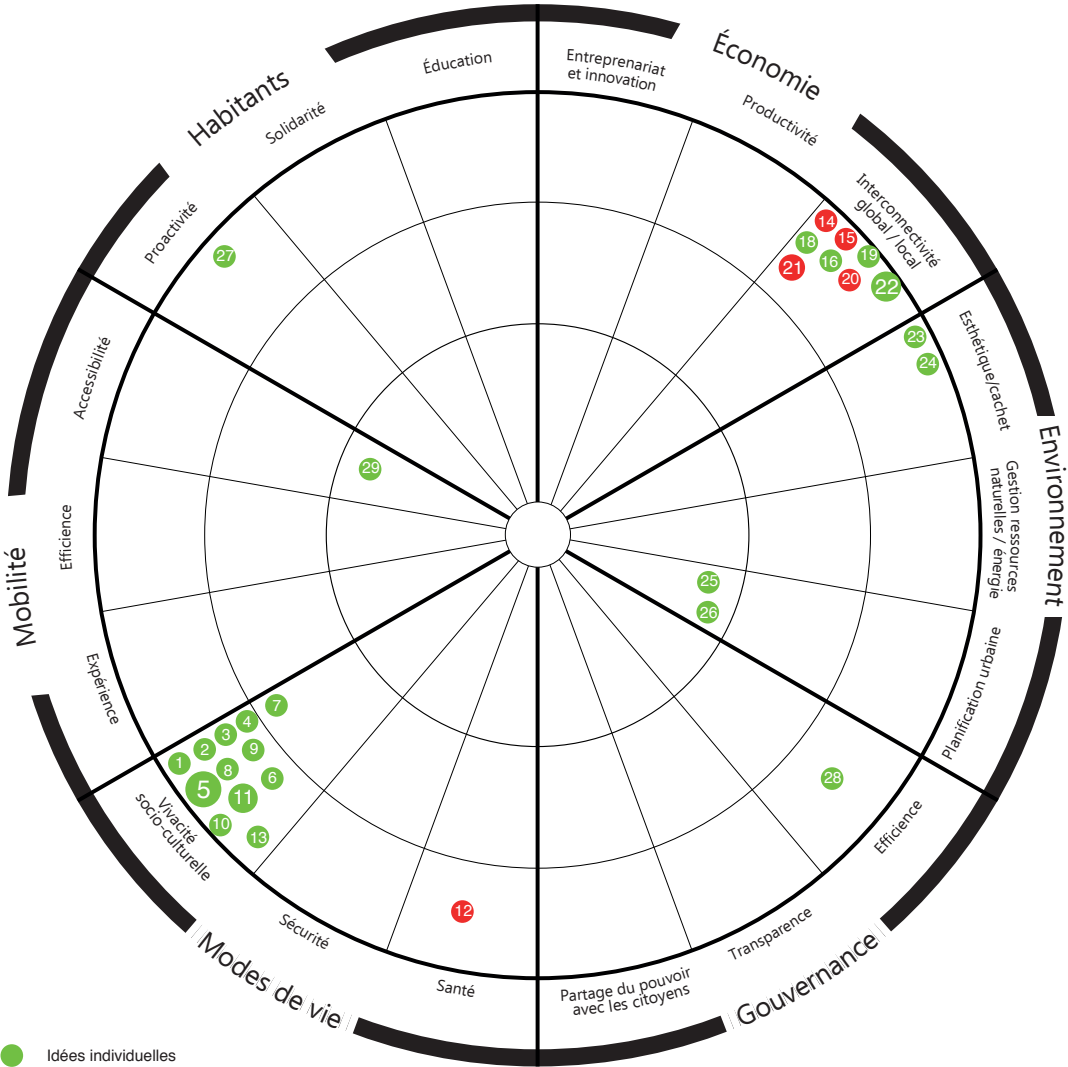
28

Solidifier les relations avec les clients et partenaires actuels avant d'en développer de nouveaux

MOBILITÉ

29

Tours d'autobus de Ville de Mtl (les faire passer par le PJD)



● Idées individuelles

● Idées collectives retenues

Note: La taille des cercles représente l'importance relatives des idées selon le nombre d'occurrences de ces dernières

Enjeu #7: Propositions de projets retenues par les équipes

1

Faire une équipe de « vente » pour promouvoir notre offre

Gains visés

- Augmenter l'achalandage
- Augmenter les revenus
- Maintenir et créer des emplois

Moyens :

- Monter une équipe pour communiquer avec divers partenaires extérieurs et trouver des moyens de promouvoir notre offre via divers médias.
- Rencontrer les « événements » majeurs à Montréal (p. ex. Cirque, musique, Francolies, Festival de Jazz, mode, Musée Gilles-Villeneuve, Garage Grand Prix, etc.)
- Spectacles de jazz dans les Floralies
- Encartage dans les journaux
- Augmenter les médias sociaux

2

Cibler nos messages et efforts publicitaires pour rejoindre différents publics et public plus petits.

Gains visés

- Augmenter la notoriété du PJD – Offre globale et multiple pour tous
- Augmenter l'achalandage tout au long de l'année

Moyens :

- Campagne multifacette
- Viser différemment :
- Promotion de plus petits événements (pas juste le GPF1, etc.)
- Danse
- Communautés
- Public émergent
- Micro-événements | Baby Boomers, il y a plus que l'Expo 67 et Casino Milléniaux, « il y a plus que Osheaga »
- Accès : promouvoir métro, navette fluviale

3

Faire des partenariats avec des groupes touristiques diversifiés pour attirer la clientèle, les citoyens et les partenaires extérieurs

Gains visés

- Faire connaître davantage le Parc
- Attirer plus de touristes et les citoyens

Moyens :

- Partenariats avec des agences touristiques aux États-Unis et au Canada anglophone
- Offrir rabais aux citoyens possédant la carte Accès Montréal
- Offrir rabais aux visiteurs des parcs de la SEPAQ

4

Création d'une foire alimentaire/festival/marché local tous les samedis post-saison.

Gains visés

- Créer un événement récurrent au Parc, les gens se déplacent déjà pour les couleurs.

Moyens :

- Créer un marché extérieur tous les samedis à partir de la Fête du travail.
- Avoir un festival des couleurs, des pommes, etc.
- Solliciter les producteurs locaux pour faire découvrir leurs produits (fromages, vins, charcuteries, fruits et légumes, sirop d'érable, etc.)

Retour sur le déroulement des ateliers de cocréation

La démarche humaine

Dans l'ensemble, la démarche de cocréation réalisée dans le cadre du présent mandat fut l'occasion de mettre en lumière le réel désir d'engagement des différentes parties prenantes du Parc : direction, partenaires insulaires et employés, dans l'élaboration de la vision d'avenir du Parc.

- L'atelier effectué avec les directeurs fut l'occasion de familiariser l'équipe du Parc aux notions de base de la ville intelligente et d'entamer une conversation relative aux différents enjeux, stratégiques et opérationnels du Parc pouvant être abordés par cette dernière.
- L'atelier effectué avec les partenaires insulaires fut considéré par plusieurs comme une « première en son genre ». Il permit d'aborder les différents enjeux de développement du Parc par une diversité de perspectives et de préciser ces derniers. Il permit également de faire émerger plusieurs opportunités à exploiter afin d'améliorer la gouvernance collective du Parc et mena à la réalisation d'un « quick win » sur le plan des communications conjointes lors du marathon de Montréal à l'été 2016.

- Ces activités préparatoires ont permis de mettre efficacement la table afin d'encadrer les activités de cocréation avec les employés-ambassadeurs. Si le premier contact avec les ambassadeurs a pu permettre de constater un certain cynisme et une certaine démotivation auprès des employés face à leur pouvoir d'influence et de contribution, leur implication progressive lors des ateliers, la participation constante de la direction à l'exercice et les interventions répétées auprès des autres employés du Parc ont certainement permis de créer un nouveau souffle à cet égard.

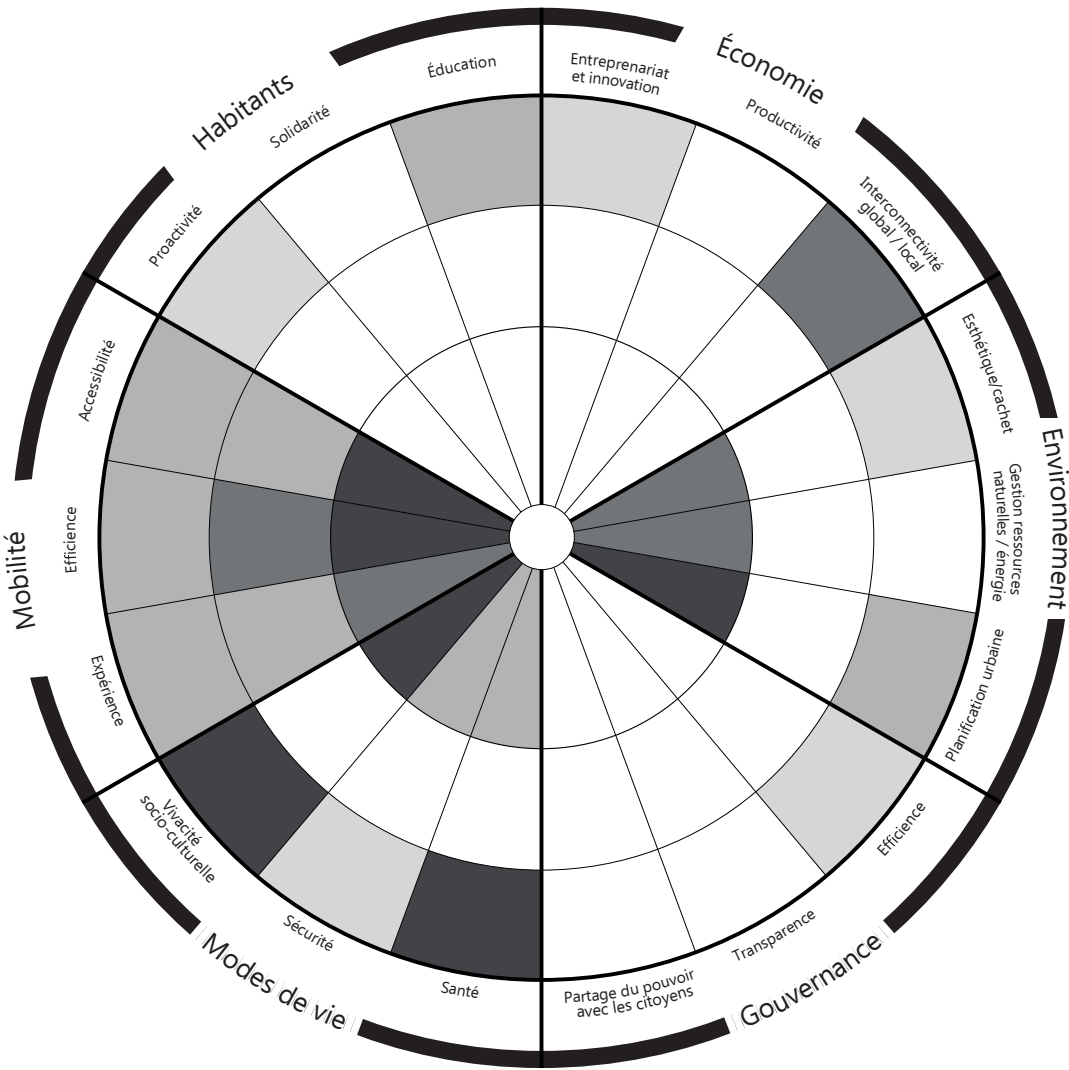
Synthèse des propositions sur les 7 enjeux de développement

Au final, les propositions des ambassadeurs, qui portaient également la voix des autres employés du Parc face aux enjeux de développement du Parc, se sont principalement concentrées sur les volets opérationnel et communicationnel. L'analyse des propositions par superposition des roues de chaque enjeu (figure page suivante) illustre une prépondérance (régions foncées) des propositions dans les dimensions *mobilité* et *modes de vie* avec un accent marqué pour les initiatives touchant *l'infrastructure* et la *sociostructure* du Parc.

Retour sur le déroulement
des ateliers de cocréation

Bien que peu de propositions furent faites de manière formelle autour des questions de gouvernance du Parc, cette thématique a pu être abordée avec les ambassadeurs lors des conversations et débats suivant la plupart des exercices de cocréation. La sous-représentation des initiatives touchant l’infrastructure, malgré les formations et inspirations proposées à cet effet, peut s’expliquer en partie par la crainte de «surnumérer» le Parc au détriment des relations humaines, une perception qui n’est pas rare dans le secteur des villes intelligentes.

Enfin, mentionnons que la dimension *environnement* fut l’objet d’un nombre plus restreint bien que non négligeable de propositions de la part des employés. Ces derniers identifiant fréquemment la mise en valeur des actifs naturels du Parc comme un levier incontournable de création de valeur pour le Parc et ce, pour différents enjeux de développement.



Roue synthèse illustrant la superposition des roues des 7 enjeux de développement du parc. Les secteurs plus foncés correspondent à un nombre plus élevé d’occurrence d’idées / projets à travers les différents enjeux abordés avec les ambassadeurs.

Orientations stratégiques / Méta-projets



Des idées aux projets structurants

Le processus de cocréation réalisé dans le cadre du présent mandat visait à faire émerger, approfondir, explorer et combiner les propositions de manière à faire ressortir les idées ayant le potentiel de création de valeur le plus fort et le plus transversal pour le Parc Jean-Drapeau, pour ses différents acteurs internes et partenaires ainsi que pour les citoyens qui le fréquentent.

Suite aux ateliers, une démarche d'analyse et de synthèse fut effectuée par l'équipe de consultants afin de faire émerger des méta-projets et pouvant bonifier le mieux la réflexion sur le plan directeur du Parc.

Critères d'évaluation des idées issues de la cocration en vue de l'élaboration de méta-projets

- Capacité à créer de la valeur dans les enjeux de développement du PJD
- Capacité à regrouper un plus grand nombre de projets issus des ateliers ambassadeurs
- Cohérence avec une démarche de ville intelligente
- Arrimage avec la mission-vision stratégique du PJD
- Arrimage avec les 4 axes stratégiques du PJD
- Capacité à créer de la valeur transversale pour les différents partenaires

Un développement
en six Méta-projets rassembleurs

- ① **Gouvernance ouverte:**
Miser sur la transparence et sur l'interaction
- ③ **Le présent d'Expo 67:**
Amplifier et reconnecter avec l'espace du passé
- ⑤ **Mosaïque renouvelée:**
Créer des parcours simplifiant la complexité du Parc

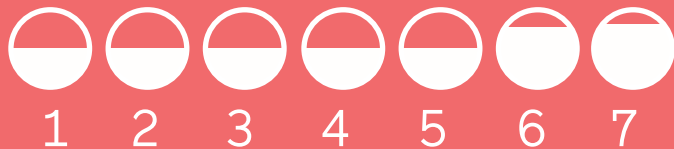
- ② **Acupuncture urbaine:**
Régénérer les espaces et les temps vacants
- ④ **Laboratoire environnemental:**
Miser sur l'expérimentation et l'innovation en développement durable et régénératif
- ⑥ **Mobilité intelligente**
Pour un accès simplifié et un environnement durable

1

Gouvernance ouverte:
Miser sur la transparence
et sur l'interaction

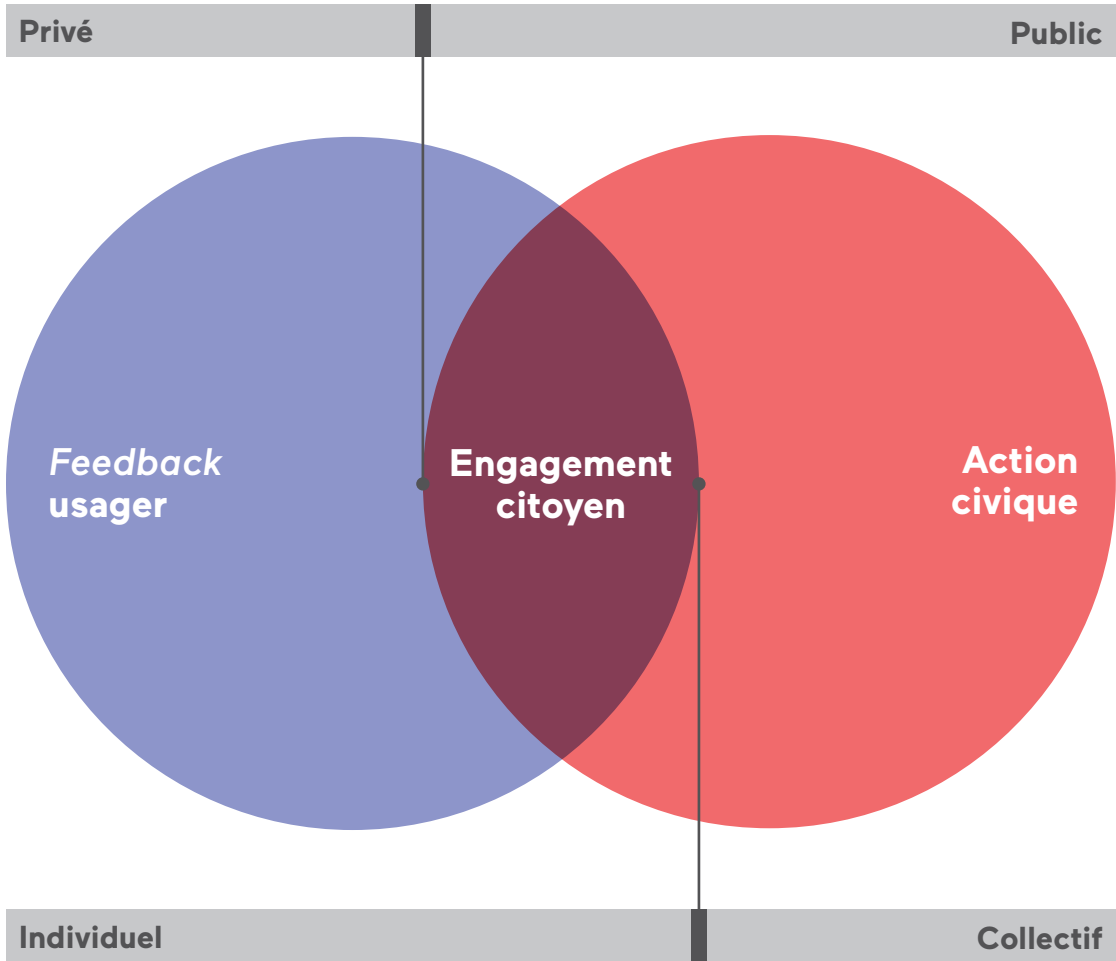
Permettre à un plus grand nombre d'acteurs
internes et externes de participer aux
décisions importantes pour le PJD.

Enjeux de
développement
couverts



Compatibilité avec
axes stratégiques
du PJD

- | | |
|---|---------------------------------------|
| ☒ Gouvernance | ☐ Expérience |
| ☒ Innovation | ☐ Dév. durable |



Source: T. Peixoto, J. Fox. (2016) When Does ICT-Enabled Citizen Voice Lead to Government Responsiveness - World Development Report?

Orientation #1 Explications

Bien que la question de la gouvernance n’ait pas été soulevée de manière explicite et centrale par les participants lors des ateliers cocreatifs, elle fut abordée indirectement et informellement par l’entremise des idées proposées afin de solutionner la plupart des enjeux du Parc.

Un changement de culture progressif

La gouvernance ouverte représente l’un des piliers fondamentaux des villes intelligentes. Elle vise à activer le développement d’une nouvelle culture de collaboration entre les entités organisationnelles du Parc et les communautés montréalaises, et requiert un changement culturel important qui devra s’établir progressivement. *Vers un PJD intelligent* se doit donc d’être un projet mobilisateur qui contamina positivement les organisations partenaires du Parc, étape par étape, en vue d’ouvrir progressivement le processus de prise de décisions de l’interne vers l’externe et ainsi favoriser une meilleure appropriation du Parc par les citoyens.

Une stratégie transversale

Loin d’un silo supplémentaire, cette orientation stratégique se doit de marquer la SPJD par de nouvelles valeurs et de nouvelles façons de penser, plus ouvertes et collaboratives, afin de contribuer à une efficience accrue de la gestion du Parc et de mettre l’intelligence collective au service du développement de ce dernier. Les principes de gouvernance ouverte ont comme avantage d’enrichir tous les enjeux de développement du Parc et permettront, par la mobilisation de l’intelligence collective, de trouver des approches et des solutions structurantes à moindres coûts dans le futur. En revanche, la complexité de la gouvernance et la résistance au changement sont de sérieux freins.

Orientation #1
Stratégies prioritaires

Gouvernance ouverte:
Miser la transparence et sur l’interaction

Permettre à un plus grand nombre d’acteurs internes et externes de participer aux décisions importantes pour le PJD.

Stratégie

Gestion transparente du PJD

Court terme

- Ouverture des données du Parc
- Soumettre la politique du sport déjà développée à une démarche d’enrichissement externe (commentaires sur un document simplifié et dynamique en ligne)
- Définition collective et déploiement des métriques permettant de suivre l’évolution des projets sur les tableaux de bord
- Calendrier collectif entre les partenaires insulaires

Moyen terme

- Déployer des outils de suivi et de manipulation des données ouvertes et former les citoyens
- Tableau de bord interne de suivi de projets

Long terme

- Tableau de bord externe de suivi de projets

Gestion participative du PJD

- Socio-financement d’un projet phare
- Suivi interne de projets entre les ambassadeurs, employés, partenaires insulaires, chefs de projets et direction (exemples de plateformes: Plateau Résé, Je fais Montréal, etc.)
- Ludification de certaines corvées: weekend feuilles mortes pour enfants
- Développer une application de « reporting » de l’état des sentiers et autres infrastructures de manière à favoriser l’entretien intelligent en toute saison.

- Budgétisation fondée sur les

- résultats (ex: Capteurs de fréquentation pour pouvoir mieux allouer les ressources Ex: Hyde Park, etc.)
- Application permettant de suivre les usages du Parc

- Budgétisation participative d’une portion du budget total du PJD

Gestion Cocréative du PJD

- Démarche interne Vers un parc intelligent avec les employés et les partenaires insulaires sous la forme de ChangeLab
- Connecter les espaces sous-utilisés aux plateformes dédiées à la réflexion quant à leur futur (Ex: H-MTL + Lande)
- Mettre en place une plateforme collaborative permettant l’expression et la connexion des employés de toutes les directions
- Création d’un espace d’innovation collaborative dédié aux employés participant au ChangeLab et qui peut agir à titre de vitrine auprès des autres employés.
- Favoriser la découverte entre partenaires insulaires (open house, tours guidés, etc.)

- Production cocréative d’un projet phare avec les communautés
- Développer des offres en partenariat avec plusieurs groupes d’intérêts spécifiques

- Favoriser les bénéfices croisés et les perspectives multiples en intégrant plusieurs types de partenaires dans l’aménagement. Ex: Déploiement de la rénovation de la Place des Nations en collaboration avec des écoles de construction pour que le processus soit éducatif.
- Comité de gouvernance ouverte patrimoniale citoyenne
- Plateforme de cocréation citoyenne (ex: Fix My Street, Peuplade, etc.)

2

Acupuncture urbaine: Régénérer les espaces vacants

Visualiser tous les espaces et équipements vacants ou sous-utilisés afin de favoriser leur régénération par et pour les communautés montréalaises grâce à de petites interventions à court terme.

Enjeux de
développement
couverts



Compatibilité avec
axes stratégiques
du PJD



Orientation #2

Explications

L'acupuncture urbaine

L'acupuncture urbaine est une approche priorisant les interventions à échelle humaine et traite la ville comme un organisme vivant. Cette approche tente de rediriger l'énergie positivement dans le paysage urbain en se concentrant sur des espaces en manque de repères ou délaissés. Ces interventions doivent être perçues comme une alternative aux méga-interventions urbaines qui nécessitent de lourds investissements publics ou privés et de longues procédures administratives. Ces micro-interventions se concentrent sur les ressources locales et prônent des approches participatives, avec l'objectif d'améliorer le sentiment d'appartenance des communautés et de catalyser une revitalisation pour le bien commun.

Visualiser les temps et les espaces morts pour mieux les activer

Par la mise en place de stratégies et d'outils permettant de visualiser tous les espaces sous-utilisés dans le PJD ainsi que les temps durant lesquels certains espaces sont sous-utilisés (ex: durant l'hiver), il sera possible d'optimiser et de diversifier les usages du Parc, et d'élaborer de nouveaux modèles d'affaires découlant de ces derniers. Cette approche nécessitera l'établissement d'un dialogue créatif avec les communautés d'intérêt montréalaises (groupes de musique, entrepreneurs sociaux, communautés culturelles, associations sportives, etc.)

Les actions à poser au PJD pourront passer par la création d'infrastructures actives créant de nouvelles expériences au sein des actifs du Parc inutilisés, la programmation d'activités périodiques dans des lieux sous-utilisés (ex: activité majeure sportive par mois ou par semaine), le zonage d'espaces réservés interdits aux promoteurs et dédiés à l'expérimentation de nouveaux usages par les communautés, et une meilleure gestion des vides temporels et des activités d'animation permettant de démocratiser les lieux et de favoriser leur appropriation par les citoyens.

Orientation #2
Stratégies prioritaires

Acupuncture urbaine:
Régénérer les espaces vacants

Visualiser tous les espaces et équipements vacants ou sous-utilisés afin de favoriser leur régénération par et pour les communautés montréalaises grâce à de petites interventions à court terme.

Stratégie / Tactique

Étendre les usages des circuits utilisés en été pour l’hiver

Développer une culture d’expérimentation de nouveaux usages de l’espace

Développer des infrastructures actives

Court terme

- Circuit Gilles-Villeneuve pour du ski de fond en hiver
- Bassin olympique pour le patin
- Projet pilote d’un usage temporaire ou transitoire dans la tour de Lévis ou un autre bâtiment vacant ou sous-utilisé identifié
- Fin de semaine pour les nouveaux dispositifs récréatifs + explications
- Jeux ne nécessitant pas d’organisation complexe (pétanque, etc.)
- Créer un festival international de « LandArt » bleu-vert participatif en mode physique ou en réalité augmentée
- Concours d’expérimentation sur de nouveaux usages de l’eau (lagunes, plage, berges, complexe aquatique, etc.)
- Connecter des espaces sous-utilisés à des plateformes existantes. Ex: Breather pour les salles des pavillons à réserver à l’heure ou à la journée.
- Partenariats avec des événements pour des usages éphémères des espaces sous-utilisés. Ex: Nuit blanche dans la tour de Lévis.

Moyen terme

- Créer de nouveaux circuits
- Visualiser tous les espaces et temps sous-utilisés
- Installations en collaboration avec étudiants en design pour amplifier la perception de l’environnement ambiant
- Développer un accès aux espaces éloignés
- Espace dédié pour touristes et visiteurs pour séjours inédits (ex: camping d’hiver dans des maisons dans l’arbre)

Long terme

- Connecter les circuits du PJD avec les circuits des espaces limitrophes
- Ateliers de prototypage in situ d’expériences spatiales et d’aménagement des espaces vacants en collaboration avec les citoyens et les communautés d’intérêt
- Développer des infrastructures numériques ambiantes (espaces intelligents) permettant de diversifier les usages d’un même site

Orientation #2
Stratégies prioritaires

**Acupuncutre
urbaine:**
Régénérer les
espaces vacants

Visualiser tous les espaces et équipements vacants ou sous-utilisés afin de favoriser leur régénération par et pour les communautés montréalaises grâce à de petites interventions à court terme.

Stratégie / Tactique

Créer des partenariats inédits

Court terme

- Partenariats avec des événements pour des usages éphémères des espaces sous-utilisés. Ex: Nuit blanche dans la tour de Lévis.

Moyen terme

- Développer des partenariats avec des organisations désireuses d’avoir une présence plus durable dans le Parc

Long terme

Secteurs à prioriser

- Tour de Lévis et belvédère
- Pavillon de la Corée
- Rotonde
- Pavillon des activités nautiques
- Théâtre du Canada (pavillon)
- Hélène de Champlain

- Pavillon de la Tunisie
- CIBX radio classique
- Gradins bassins olympiques
- Tour Perilli
- Paddock et Garages
- Aire des pique-nique
- Parterre Notre-Dame
- Dune des jeux
- Cimetière
- Jardin d’Israël
- Étang Poudrière
- Floralies (hiver)
- Jardin Miron
- Chalet de la plage
- Poudrière

- Biosphère (2019)
- Musée Stewart (2020)
- Berges

Orientation #2
Autres exemples en vrac

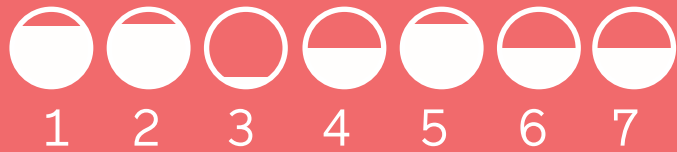
- Forêt flottante à la foresta lumina et visible de Montréal
 - Rendre intelligentes les infrastructures iconiques du Parc (pont de la Concorde, Biosphère, etc.) afin qu’elles puissent interagir avec les usagers et raconter des éléments locaux (histoire, faune, transport, etc.)
 - Créer un sentier de glace réfrigéré longeant les rives et offrant aux patineurs une expérience unique.
 - Créer un festival international de « LandArt » bleu-vert participatif en mode physique ou en réalité augmentée (couches numériques d’arts visibles à l’aide d’un appareil mobile)
-
- Permettre aux visiteurs de dormir sur le fleuve grâce à des « aubarges », petits hôtels flottants installés sur des barges sur la rive sud de l’île Sainte-Hélène, habitables en été, et loués à la journée;
 - Rénover le boisé de l’île Sainte-Hélène et la Plaine des Jeux, procéder à la réfection des canaux de l’Île Notre-Dame et à la naturalisation des berges.
 - Remettre en fonction les services de location d’embarcations adaptées à la navigation sur les canaux et les plans d’eau et promouvoir cette activité
 - Réaliser avec la participation, par exemple de designers urbains, un projet éphémère d’une journée sur un espace public inoccupé afin de lui donner vie.
-
- Créer, près de la promenade centrale, un complexe artistique et ludique pour enfants.
 - Ajouter un espace attenant à la Ronde, plus simple et plus abordable qui deviendrait un lieu de rendez-vous et de rencontre pour les petits et les grands. Le lieu comprendrait une aire de pique-nique, une offre de restauration santé, des animations publiques, notamment musicales. Le sport et les activités de plein-air seraient privilégiés dans un cadre familial.
 - Sculptures intelligentes et installations de capteurs sur les œuvres et installations actuelles du Parc pour les rendre intelligents
 - Expérience d’interprétation harmonisée par la réalité augmentée sur mobile et/ou sur mobilier urbain. Contenu interprétatif généré par les usagers et accessibles par application géolocalisée
 - Le potentiel archéologique pourrait être mis en valeur par la Ville et le musée Pointe-à-Callières. Cela pourrait prendre la forme d’un parcours d’interprétation qui renforcerait les liens entre le canal de Lachine, le Vieux-Port et le PJD.

3

Le présent d'Expo 67:
Reconnecter et amplifier
l'espace du passé

Renouer avec l'inspiration et l'expérience
d'Expo 67, un moment charnière de l'histoire
récente du Québec

Enjeux de
développement
couverts



Compatibilité avec
axes stratégiques
du PJD



Orientation #3

Explications

La marque indélébile d’Expo 67 sur le Québec

L’Expo 67 est l’un des événements marquants de l’histoire du XXe siècle pour le Canada, le Québec et Montréal. S’inscrivant dans la révolution tranquille, sous le thème Terre des Hommes, portant le message de l’ouvrage éponyme d’Antoine de Saint-Exupéry, les retombées culturelles et sociales de l’Expo sur une population québécoise sont importantes mais toujours difficiles à évaluer. Comme le soulignait TechnoMontréal dans un rapport d’activités cocréatives datant de 2015, « *Les sites du Parc Jean-Drapeau ont des fantômes de l’Expo 67. Cette affirmation [...] renvoie à la vétusté des installations, dont certaines laissées à l’abandon.* » Malgré ceci, on y perçoit encore toute la grandeur que représentaient ces sites à l’époque.

Un souvenir devenu culte

Cinquante ans plus tard, les vestiges d’Expo 67 suscitent toujours une nostalgie très importante auprès des visiteurs du Parc Jean Drapeau, même pour les générations n’ayant pas fréquenté l’événement originel. Expo 67 est aujourd’hui reconnu comme un élément ayant marqué le développement de notre identité et qui demeure toujours ancré dans la mémoire collective. Plusieurs Montréalais vouent même un quasi-culte à l’événement, discutant de ses moindres détails sur les réseaux sociaux, sur une base quotidienne. Ces groupes amassent et partagent différents documents d’archives en plus d’organiser des rassemblements et des conférences liés à l’événement sur une base mensuelle.

Orientation #3 **Explications**

Une vision porteuse de sens pour le présent et le futur

L'esprit originel d'Expo 67 était porteur d'une vision d'innovation, d'espoir et d'ouverture vers le monde. Le désir de la SPJD d'inscrire le lieu dans les célébrations du 50e anniversaire de l'Expo 67 au sein du 375e de Montréal et du 150e du Canada représente une opportunité unique de symboliser le Parc dans son présent et dans son futur en y créant une expérience hors norme réminiscente de cette vision.

Faire revivre l'expérience d'Expo 67 de manière permanente aux visiteurs représente également un objectif dont la SPJD pourrait se doter afin d'amorcer un dialogue transgénérationnel autour des l'esprit de cet événement emblématique et au réenchantement des Montréalais et des Québécois. Si Expo 67 est un marqueur temporel important, il soulève l'importance de nous ouvrir davantage sur le passé du PJD et de réaliser la richesse patrimoniale sur laquelle le Parc repose dans son ensemble. La notion de « sanctuaire; partie sacrée d'un lieu saint » exprime cette impression.

Une diversité d'actifs et d'artéfacts à exploiter au Parc

Les projets identifiés par Horizon 2017 concernent quatre sites du secteur ouest de l'île Sainte-Hélène qui concentrait la majorité des infrastructures et des activités de l'Expo 67 : la Promenade panoramique et riveraine, la Place des Nations, la Promenade centrale et le Parterre. Les ateliers effectués avec les employés du PJD ont permis de constater la quantité et la diversité d'artéfacts inconnus qu'il conviendrait de mettre en valeur dans un processus visant à recréer l'expérience Expo 67 (costumes, voitures, etc.).

Orientation #3
Stratégies prioritaires

Le présent
d’Expo 67:
Amplifier l’espace
par le passé

Renouer avec l’inspiration et
l’expérience d’Expo 67 un
moment charnière de l’his-
toire récente du Québec

Stratégie / Tactique

Aménager de manière à
revivre l’esprit d’Expo 67
aux usagers

Court terme

- Finalisation du document de valorisa-
tion en cours de rédaction
- Réalité augmentée «low tech» / ana-
logue sur les sites iconiques d’Expo 67
- Présence sur le site web du PJD
- Exposition temporaire des artefacts
d’Expo 67

Moyen terme

- Parcours de réalité augmentée numérique
sur différents sites qui permettront, au fur et
à mesure des déplacements, d’écouter des
témoignages recueillis parmi le public ou
des documents d’archives (témoignages de
visiteurs et de bâtisseurs, documents audio,
vidéo produits en collaboration avec les mu-
sées McCord et Pointe-à-Callières);
- Passeport virtuel qui à l’aide d’un GPS per-
mettra de suivre l’évolution des parcours,
d’obtenir des estampes virtuelles des diffé-
rents pavillons disparus. Agissant comme outil
de fidélisation, le passeport permettra aussi
aux citoyens d’obtenir des points de fidélisa-
tion échangeables contre des biens vendus
sur place;
- Voyage immersif en WEB VR sur le site d’expo

Long terme

- Revitaliser la Place des Nations ou le pavil-
lon du Canada et en faisant du lieu le point
culminant d’une expérience muséale réelle et
immersive qui débute dès le trajet en métro.
Peu importe le chemin emprunté par les visi-
teurs, l’exploration muséale des îles mènera à
la Place des Nations/pavillon du Canada où ils
pourront revivre l’ambiance de l’Expo, grâce
à une grande maquette vivante, aux innom-
brables pièces mobiles, représentant les lieux
de l’Expo 67.
- Re-design du mobilier urbain dans son en-
semble pour mettre en valeur le design de
l’Expo 67 et faire revivre certains éléments
incontournables de l’époque (ex: chaise de
l’Expo 67 fabriquée à plus de 60 000 exem-
plaires). Le mobilier pourrait avoir un aspect
intelligent qui raconterait des parties de l’Expo
67 (réalité augmenté, etc.)

Animer de manière à re-
vivre l’esprit d’Expo 67
aux usagers

- Picnic Latino / BBQ des nations
- Weekends du monde/ Expo 67, un
tremplin pour la stimulation d’usages
émergents et permettant de ressortir
les artefacts d’Expo 67 juste à temps
pour son 50^e

Orientation #3
Stratégies prioritaires

Le présent
d’Expo 67:
Amplifier l’espace
par le passé

Renouer avec l’inspiration et
l’expérience d’Expo 67 un
moment charnière de l’his-
toire récente du Québec

Stratégie / Tactique

Valoriser le passé pré-Ex-
po 67 et valoriser le pa-
trimoine ethno-historique
du site

Court terme

- Présence sur le site web du PJD
- Parcours d’interprétation guidés sur l’histoire du site
- Exposition temporaire des artefacts paléohistoriques et historiques du site

Moyen terme

- Parcours de réalité augmentée numérique sur différents sites

Long terme

- Musée patrimonial au pavillon de la Corée en collaboration avec le musée Stewart

4

Labo environnemental:
Miser sur la distance
de Montréal pour
construire le futur

Un lieu d’expérimentation et d’innovation en
développement durable et régénératif

Enjeux de
développement
couverts



Compatibilité avec
axes stratégiques
du PJD

- | | |
|---|--|
| ☒ Gouvernance | ☒ Expérience |
| ☒ Innovation | ☒ Dév. durable |



Orientation #4

Explications – Contexte historique

Au-delà de la nostalgie d’Expo 67

Aujourd’hui, le lien qu’entretiennent les Montréalais.es et les Québécois.es envers cet événement tient en revanche davantage de la nostalgie en lien avec l’événement lui-même, mais pas suffisamment avec les idées innovatrices qui y étaient véhiculées et que l’Expo a fait émerger, ou qui sont encore enfouies dans l’histoire.

Expérimenter des nouveaux liens avec la nature

D’abord, c’est dans le contexte d’aménagement du site lui-même qu’est fondée en 1965 l’Association des architectes paysagistes du Québec, une profession au carrefour de l’aménagement et du design, allant du plus petit jardin résidentiel à la planification d’une région entière. Ou encore, la vision jamais réalisée de Buckminster Fuller, qui avait proposé de faire du pavillon américain d’Expo 67 le Géoscope (geo = terre + scope = instrument d’observation), un phare pour guider les recherches sur le futur de notre planète. À l’instar d’un télescope permettant d’observer les étoiles, il a imaginé le Géoscope comme un observatoire du «vaisseau spatial Terre», qui aurait comme objectif d’augmenter l’appropriation de la connaissance du métabolisme de la planète, témoignant des tendances mondiales par l’entremise de modèles de visualisation scientifique accessibles à tous. Son dôme géodésique, dont la structure exprime des règles présentes un peu partout dans la nature, a d’ailleurs été construit par des Mohawks, et ce, sans échafaudage.

De Terre des Hommes à Humains de la Terre

Expo 67 a aussi été bâtie sur une terre autochtone. Les paysages limitrophes de Montréal hébergeaient des premières nations de deux groupes différents: les algonquiens, des chasseurs cueilleurs nomades, et les Iroquoiens du Saint-Laurent, chasseurs et agriculteurs semi-sédentaires. Les premières nations entretiennent avec la nature un lien bien différent que celui extractif dont on connaît les ravages aujourd’hui, un rapport avec lequel il nous est nécessaire de reconnecter pour faire face au réchauffement climatique de la planète. Partout, les premières nations sont aux devants de cette lutte vers une reconceptualisation de la place de l’Homme sur la Terre: de Terre des Hommes, aux Humains de la Terre, interdépendants les uns des autres.

Orientation #4 **Explications**

La technologie, au-delà de l'invention humaine

De toutes les technologies développées dans l'histoire de l'humanité, aucune n'est comparable au niveau d'avancement de celles créées par la nature. Pourtant, rarement les reconnaît-on comme des technologies à part entière puisqu'elles existent déjà et échappent trop souvent à la compréhension de l'humain. Premier parc de Montréal, lieu d'un des événements marquants de l'histoire du XX^e siècle pour le Canada et le Québec en innovation technologique, et site fondateur de la profession d'architecte de paysage, le Parc Jean-Drapeau est parfaitement positionné pour incarner la ville intelligente, au sens profond du terme; une intelligence allant au-delà de la division technologique entre la nature et l'humain, entre la nature et l'urbain. Ayant été créé par une succession de processus socio-écologiques riches en empreinte et en inspiration, ce parc a été marqué dans son histoire récente par des grandes visions parfois contradictoires, parfois oubliées.

Une situation géographique entre le rural et l'urbain

À l'intersection de la ville et des banlieues, ni trop près ni trop loin de Montréal, mi-parc nature, mi-parc urbain, entouré par le fleuve Saint-Laurent, le Parc Jean-Drapeau a le potentiel de devenir un lieu d'expérimentation hors norme à l'intersection des nouvelles technologies humaines et de celles de la nature pour permettre aux personnes de la région de Montréal de repenser leur relation avec leur environnement. On ne parle pas ici d'une nature idéalisée, mais bien d'une nature expérimentale, ni vierge, ni agricole, ni horticole, mais bien post-industrielle et futuriste, tout en étant ancrée dans le passé de toutes les cultures ayant occupé ses terres, et en particulier les premières nations.

Des synergies entre l'aménagement et l'animation: des exemples en vrac

Pour ce faire, on envisage de faire intervenir des projets existants sur la thématique de la nature en partenariat avec des organisations qui ont des problématiques qui ne sont pas hyperlocales, mais plutôt régionales. Déjà, plusieurs projets innovants émergent un peu partout à Montréal et qui ont besoin d'espace pour expérimenter, tels le projet Eau, un projet d'aquaponie exposé au Marché Jean-Talon à l'été 2016. On a aussi vu plusieurs projets pilotes impliquant des moutons et de l'agriculture urbaine innovante. Le Parc Jean-Drapeau pourrait même produire un produit unique à Montréal, comme le défunt Melon de Montréal. Bref, faire du Parc Jean-Drapeau un laboratoire naturel à ciel ouvert sur des nouvelles façons de nous reconnecter avec la nature et dont les aménagements sont eux-mêmes éducatifs, de manière à créer des synergies entre celui-ci et l'animation, plutôt qu'un espace vide de diffusion.

Orientation #4
Stratégies prioritaires

Labo
environnemental:
Miser sur la
distance de
Montréal pour con-
struire le futur

Un lieu d’expérimentation et
d’innovation en développe-
ment durable et régénératif

Stratégie / Tactique

Miser sur les symboles et
le potentiel d’innovation
du Parc (actifs naturels,
cadre bâti, etc.)

Miser sur les usages émer-
gents alimentaires des
groupes qui utilisent déjà
le Parc pour favoriser
l’appropriation du milieu
naturel

Court terme

- Ateliers de prototypage d’aménagements régénératifs visant la mise en valeur des berges avec vues sur Montréal (ex: projets d’hydroliennes, système de gestion de l’eau de surface inspiré de la Cité-jardin Xiang’He, etc.)
- Ateliers de réconciliation environnementale en collaboration avec les premières nations. S’inspirer du projet « Longbush Ecosanctuary Shelter » de Nouvelle-Zélande qui propose un espace éducatif aux classes, aux groupes d’écologistes ainsi qu’aux visiteurs.
- Mise en place de pratiques de développement durable au PJD (compostage

- BBQ des nations (inspiré de l’esprit Expo 67)
- Foire alimentaire/festival/marché local tous les samedis post-saison. Solliciter les producteurs locaux pour faire découvrir leurs produit
- Mettre en place des activités d’animation incitant les gens à venir apprécier la saison des couleurs à l’automne dans le Parc

Moyen terme

- Compléter le plan lumière dynamique du Géoscope / Biosphère, en complément au pont Jaques-Cartier
- Espaces dédiés à l’agriculture urbaine dans le Parc pour un nouveau produit d’appel montréalais
- Animer une version du *World Game* de Fuller à petite échelle

- Commencer à cultiver nos propres légumes et les valoriser dans nos offres alimentaires futures

Long terme

- Expérience hors norme des berges avec panorama montréalais
- Finaliser le Géoscope de Fuller

- Partenariats inédits avec des organisations nécessitant des espaces d’expérimentation à plus grande échelle

Orientation #4
Stratégies prioritaires

Labo
environnemental:
Miser sur la
distance de
Montréal pour con-
struire le futur

Un lieu d’expérimentation et
d’innovation en développe-
ment durable et régénératif

Stratégie / Tactique

Mise sur le Parc comme
un espace tampon entre le
rural et l’urbain

Court terme

- Ateliers de sensibilisation aux espèces rares du Parc.
- Ateliers de cocréation visant la sensi- bilisation des employés au dévelop- pement durable et régénératif et la coconception de projets en ce sens
- Ateliers d’interprétation du patrimoine naturel dans le Parc

Moyen terme

- Monter une offre de living lab pour les entreprises dési- reuses d’utiliser le Parc comme terrain d’expérimentation
- Attirer des prototypes de projets innovants qui ont besoin d’espace pour expérimenter et se montrer (Ex: projet Eau, un projet d’aquaponie) en collaboration avec des organisa- tion comme l’Éco-Campus Hubert-Reeves
- Mettre sur pied une grande foire estivale à la manière d’un souk à ciel ouvert dans le cadre des Week-ends du monde. On trouvera, au centre de l’amphithéâtre, un grand marché central, axé sur la cuisine du monde, des installations pour toute la famille, où les enfants découvriront les métiers tradi- tionnels, s’amuseront dans les manèges et assisteront à des événements comme des spectacles de rue, découvriront la vie d’ici et d’ailleurs, d’antan et d’aujourd’hui.
- Créer un centre agro-alimentaire avant-gardiste sous forme de « potager de demain » axé sur la recherche et le développement, établi dans des serres au design novateur et offrant des produits de la terre aux visiteurs du site et aux restaurants locaux. Les familles seront également in- vitées à visiter les installations qui comprendront un volet découverte et apprentissage.
- Mettre sur pied un grand rendez-vous maraîcher avec autocueillette.

Long terme

- Faire intervenir des projets existants sur la thématique de la nature en partenariat avec organisations qui ont des problématiques non hyperlo- cales, mais plutôt régionales.

5

Mosaïque renouvelée: Créer des parcours pour naviguer la complexité du Parc

Créer des parcours intelligents hors norme,
vivants et unificateurs tirant profit de la
diversité des atouts naturels et culturels du
Parc

Enjeux de
développement
couverts



Compatibilité avec
axes stratégiques
du PJD

- | | |
|--|--|
| ☐ Gouvernance | ☒ Expérience |
| ☒ Innovation | ☒ Dév. durable |



Orientation #5 **Explications**

Des usages hyper-diversifiés

Le Parc Jean-Drapeau est un lieu contrasté, où l'on peut autant se tremper les pieds dans l'eau avec des enfants que voir des voitures performantes passer devant soi à plus de 300 km/h, aller au musée voir des objets historiques, ou miser des grosses sommes d'argent au Casino, écouter le bruit du vent dans les arbres ou de la musique électronique, et ainsi de suite. Entre tous ces usages, nul doute que l'unité du site reSte à optimiser. Étant donné cette force, il n'est pas surprenant que les visiteurs s'identifient aujourd'hui davantage aux événements et aux équipements qu'au Parc lui-même. En revanche, pourquoi ne pas miser davantage sur cette complexe mosaïque dans les communications et les projets proposés?

Valoriser les « problèmes »

Il est vrai que la complexité de l'organisation spatiale des îles, l'incompréhension de la structure de l'archipel par les Montréalais, le manque de cohérence des différents réseaux de circulation, l'absence d'un mode de transport convivial et une signalisation inadéquate, ne facilitent pas une appropriation globale du Parc. Le problème est particulièrement vrai, comme le soulignait le musée Stewart lors de l'atelier partenaires, pour les partenaires plus isolés géographiquement. Mais le fait que le site apparaisse comme un lieu multiforme peut être un avantage comparatif.

Des parcours unifiants

Au-delà de l'identité du Parc, qui reste à clarifier, tant au niveau de l'image que sur le plan spatial, plusieurs des idées générées durant les ateliers se concentraient davantage sur la connexion entre les différentes composantes de la riche mosaïque du Parc par des stratégies de parcours, à l'intersection de la culture et de l'aménagement, afin de décroiser les différents attraits aujourd'hui vus comme séparés de manière hermétique. L'idée étant de bonifier l'expérience globale des visiteurs en faisant de la mosaïque contrastée du Parc Jean-Drapeau une force distinctive.

Au-delà de l'infrastructure

À noter qu'on ne rentrera pas à ce stade dans les détails de l'aménagement physique du secteur, l'infrastructure, qui reste une préoccupation centrale exprimée par plusieurs parties prenantes, mais qui nécessite des investissements très importants. On se concentrera plutôt sur la sociostructure et l'infostructure, en particulier pour les stratégies à court et à moyen termes.

Orientation #5
Stratégies prioritaires

Mosaïque renouvelée:
Créer des parcours pour naviguer la complexité du Parc

Créer des parcours intelligents hors norme, vivants et unificateurs tirant profit de la diversité des atouts naturels et culturels du Parc.

Stratégie / Tactique

Miser sur une intégration cohérente des atouts des 2 îles et de leurs paradoses: minéral vs végétal, berges vs intérieur, actif vs contemplatif, etc.

Miser sur une pluralité de modes de découverte des parcours (média, modalités de déplacements, contact humain, etc)

Court terme

- Développer des premiers parcours thématiques unifiant les actifs accessibles du PJD (muséal, sportif, histoire, nature, accès au fleuve)
- Effectuer des ateliers cocreatifs avce les citoyens/communautés d'intérêt sur l'élaboration de parcours sur de nouvelles thématiques touchant les intérêts des usagers
- Effectuer un projet pilote sur la thématique des jardins «hot» du Parc

- Mettre en valeur des projets de parcours artistiques déjà existants (parcours sonores identifiés lors des ateliers, etc.)
- Mettre en place des modalités d'interprétation «low tech» sur les parcours (ex: réalité augmentée analogique)
- Créer des activités dans les parcours pour favoriser les contacts humains spontanés
- Réimplanter les expériences de réalité augmentée ayant fait l'objet d'expérimentations dans le PJD (ex: expérience des précipices)

Moyen terme

- Faire des ateliers de prototypage de parcours avec les citoyens/ communautés d'intérêt et organisations

- Application mobile de réalité augmentée dans le parcours.
- Développer des partenariats avec des organismes en arts numériques afin de créer des expériences de découverte transmédia et de nouvelles narrations tirant profit des nouveaux médias

Long terme

- Créer un parcours expérientiel entre la ville de Montréal et le PJD par la voie fluviale
-
- Aménager les parcours afin de favoriser l'intermodalité des déplacement (pistes cyclables, etc.)
 - Assister l'expérience des parours par des dispositifs de téléprésence permettant d'augmenter le contact humain dans le processus d'interprétation
 - Remettre les canots en service et développer un service de location de différents types d'embarcations (loisir et transport)

Orientation #5
Stratégies prioritaires

Mosaïque renouvelée:
Créer des parcours pour naviguer la complexité du Parc

Créer des parcours intelligents hors norme, vivants et unificateurs tirant profit de la diversité des atouts naturels et culturels du parc.

Stratégie / Tactique

Miser sur une infrastructure et une infostructure permettant aux parcours de s’adapter selon le profil et les comportements des usagers pour un caractère unique et hors norme.

Stratégie d’amorce et de découverte des parcours

Stratégies d’expérience sur les points de contacts

Cour terme

- Mettre en place une signalisation analogique favorisant la porosité entre les parcours faisant l’objet de projets pilotes
- Mise en place d’un guichet unique à la sortie du PJD illustrant clairement les parcours disponibles avec cartographie des trajets (bornes).
- Mettre en place des panneaux d’affichage et une animation visant à attirer des usagers en tirant profit des événements qui passent par les environs du Parc (marathon de Montréal, etc.)
- Promouvoir les arrêts contemplatifs en créant des aires de repos à l’ombre avec mobilier urbain intelligent s’adaptant aux conditions météorologiques.
- Moderniser et mettre en valeur les jardins des Floralies et Installer davantage de fontaines que l’on mettra en valeur par l’entremise d’œuvres d’art numérique inspirées de foresta lumina

Moyen terme

- Aménagements numériques *in situ* réagissant aux profils des usagers
- Développement d’une application mobile permettant d’adapter le contenu des parcours aux profils des usagers
- Inscrire le Parc dans un parcours touristique ou récréatif complémentaire avec le Vieux-Port, le Parc du mont Royal, la Place des festivals.
- Histoires de visiteurs géoréférencées sur des objets / bâtiments du Parc et consultables par les visiteurs à l’aide d’une d’application mobile
- Faire des installations inspirées de « Hear the forest »

Long terme

- Analyser les déplacements des usagers et proposer des ajustements à l’information de manière algorithmique et créer une perméabilité entre les parcours pour une expérience *ad hoc*
- Offrir au visiteur dès son arrivée sur le site, une vision 360 degrés sur l’île en déboisant une partie des espaces pour permettre d’apercevoir d’un côté la Biosphère, de l’autre le fleuve et le centre-ville. Un seul coup d’œil suffira pour prendre conscience de l’insularité du site.
- Rendre intelligentes les Infrastructures iconiques du Parc (pont de la Concorde, Biosphère, etc.) afin qu’elles puissent interagir avec les usagers et raconter des éléments locaux (histoire, faune, transport, etc.)

6

Mobilité intelligente:
simplifier l'accès à tous,
réduire la place de l'auto

Encourager le transport en commun,
l'intermodalité et créer une expérience
efficace et durable d'accès au Parc.

Enjeux de
développement
couverts



Compatibilité avec
axes stratégiques
du PJD

- | | |
|--|--|
| ☐ Gouvernance | ☒ Expérience |
| ☒ Innovation | ☒ Dév. durable |



Orientation #6 **Explications**

Chose certaine, il existe un certain consensus autour de l’ambition de réduire la place de la voiture au Parc Jean-Drapeau. En revanche, plusieurs des partenaires insulaires, dont le Casino et La Ronde, reposent sur ce mode de transport dans leur modèle d’affaires. Comment est-ce que les nouvelles technologies numériques peuvent rendre les autres modes de transport plus faciles; attrayant et faciliter la transition vers une ère post-automobile pour le Parc?

La mobilité intelligente expliquée

L’un des fils conducteurs de la mobilité intelligente est de fiabiliser et sécuriser les déplacements pour optimiser différentes variables liées au transport, que ce soit le temps, le budget ou bien encore le confort des déplacements. C’est principalement grâce aux technologies de l’information et de communication que plusieurs révolutions liées au transport ont eu lieu récemment, en particulier en lien avec la prolifération d’applications pour les téléphones intelligents. Grâce à la mobilité intelligente, on peut espérer, par exemple, avoir une meilleure information en temps réel sur l’état du trafic vers une destination souhaitée, sur les meilleurs moyens d’y accéder en raison d’entraves, mieux partager les modes de transport individuels, et ainsi de suite.

Des améliorations à court terme

Les contraintes physiques du Parc, dont son caractère insulaire, ses deux seules voies routières et l’absence de voie de contournement, ainsi que le peu de moyens de transport collectif mis à la disposition des usagers, font de la circulation un défi de taille. Surtout lors de grands événements. Durant les ateliers de cocréation, les besoins en communication de l’offre en transport et des entraves liées à chaque mode, en plus du besoin d’optimiser le transport en commun, ont été parmi les aspects centraux des discussions. Plusieurs grands projets ambitieux sont déjà sur la table, que ce soit le monorail pour le transport entre les pôles du Parc, ou les télécabines pour créer un lien entre le centre-ville, le Vieux-Montréal et le Parc Jean-Drapeau. Puisque ce mandat se penche principalement sur les améliorations possibles à court terme et à moindres coûts, ceux-ci seront écartés pour l’instant.

Orientation #6
Stratégies prioritaires

Mobilité intelligente:
Simplifier l'accès à tous, réduire la place de l'auto

Encourager le transport en commun l'intermodalité et créer une expérience efficace et durable d'accès au Parc.

Stratégie / Tactique

Structurer une intermodalité efficace et durable pour l'accès au Parc

Visualiser les moyens et points d'accès les plus faciles

Mettre en valeur l'accès par le fleuve

Court terme

- Mettre de l'avant les applications / options de covoiturages via le site web de la SPJD
- Rencontrer les partenaires insulaires et visiteurs pour réfléchir aux façons de créer davantage de synergie d'un point de vue transport en commun et usages des stationnements

- Planificateur de trajet multimodal intégré à l'application STM

- Installer des guérites pour mieux contrôler l'accès au parc et éliminer la circulation inutile
- Demander à intégrer la navette fluviale à l'application de la STM pour les déplacements en direction du PJD et de Longueuil

Moyen terme

- Évaluer la pertinence d'intégrer des zones d'auto-partage (Car2Go, etc.) au PJD
- Créer des ententes pour l'usage de stationnements périphériques et mettre en place des stratégies de transport vers le Parc depuis ces stationnements
- Calculer le coût / opportunité de venir au Parc pour chaque moyen et faire une campagne de communication pour sensibiliser les utilisateurs à cet effet.

- Plan de circulation assisté par signalétique numérique ou notifications numériques mobiles afin de garder les zones visiteurs (services, piétons, véhicules et vélos) isolées des autres activités de support (entretien, installation et logistique énémentielle

- Améliorer le service et l'expérience de la navette fluviale en direction du PJD de concert avec les acteurs concernés

Long terme

- Créer une branche Bixi PJD, spécifiquement identifiée, afin de faciliter le déplacement en vélo sur l'île

- Installation de capteurs pour suivre l'usage automobile du Parc en temps réel

- Mettre sur place de nouvelles manières d'accéder au PJD par le fleuve, en partant du Vieux-Montréal ou de Longueuil, afin de mettre l'accent sur le voyage fluvial vers le PJD.
- Expérience inspirée du WATERWAY 365

Orientation #6

Stratégies prioritaires

Mobilité intelligente:

Simplifier l'accès à tous, réduire la place de l'auto

Encourager le transport en commun l'intermodalité et créer une expérience efficace et durable d'accès au parc.

Stratégie / Tactique

Signalisation dynamique pour les stationnements

Court terme

- Utilisation de panneaux numériques éphémères (ceux utilisés durant Osheaga) pour signaler au automobilistes sur place s'il reste du stationnement ou non.
- Initier des partenariats avec grands stationnements en banlieue (campus universitaires des rives sud et nord) pour encourager les visiteurs à stationner avant d'arriver sur l'île de Montréal

Moyen terme

- Installation de capteurs pour suivre l'usage des stationnements du Parc en temps réel

Long terme

- Cueillette de données statistiques pour mieux analyser la situation et déployer des mesures en conséquence.
- Intègre rstationennement temps réel dans l'application PJD

Sécuriser et encadrer les déplacements en vélo pour intégrer ces derniers dans un scénario de mobilité intermodale dans le PJD

- Utiliser un maquage au sol simple pour clarifier les pistes de vélo en collaboration avec les cyclistes utilisant déjà le Parc (amateurs et professionnells)
- Mieux signaler les pistes de vélo

- Améliorer le marquage temporaire en fonction des commentaires recueillis
-

- Consolider les pistes de vélo temporaires par un aménagement permanent
- Système de capteur permettant de prioriser les zones d'entretien des routes l'hiver

Créer une expérience de mobilité inoubliable à l'intérieur du Parc pour favoriser l'achalandage

- Mettre en place la gratuité comme stratégie de mobilité dans le parc

- Mettre en place une stratégie particulière pour certaines clientèles (clients du casino, etc.)
- Système de signalétique lumineuse intégrer au paysage inspire des "glowing lines" – Pays bas
- Créer des éclairages pour piétons afin d'améliorer la sécurité du lieu et ainsi favoriser la fréquentation nocturne.
-

- Signalétique numérique sur le site
- Développer un réseau d'abribus intelligents et de bancs intelligents à travers le parc
- Aménager une piste cyclable flottante autour du Parc sur le modèle de La Tames Deckway afin d'offrir une expérience hors norme de la mobilité
- Application numérique et capteurs pour la gestion optimisée pour les accès (paiement et sécurité), les foules (énénementielle payante vs habituelle) et nos services en mode événement majeur et mineur (cohabitation des usagers)



Priorisation et mise en oeuvre des méta-projets

Atelier de priorisation des méta-projets

Description

Suite à l'élaboration des méta-projets par l'équipe de consultants, un atelier final fut réalisé afin de mettre ces derniers en débat, de les approfondir et de les prioriser.

Soucieux de respecter l'esprit de gouvernance ouverte porté depuis le début de la démarche, la formule préconisée pour l'atelier reposait sur la mise en place d'un dialogue informé entre les ambassadeurs et la direction générale du PJD afin de mettre en débat les six méta-projets en termes de pertinence et de composition, tant d'un point de vue stratégique que d'un point de vue terrain.

L'atelier s'est déroulé en deux temps. Un premier exercice de type *world café* fut d'abord réalisé sur trois Rondes de dialogue et trois stations (2 méta-projets par station). Cette opération visait à aborder séquentiellement les 6 méta-projets en petits groupes mixtes afin de faciliter la prise de parole par tous.

Un second exercice fut réalisé afin de prioriser les méta-projets par une approche permettant de révéler la mise en tension des intérêts de la direction et ceux des employés de manière à mieux les réconcilier.

Objectifs

- S'approprier les méta-projets définis par l'équipe de consultants
- Débattre des méta-projets en groupes mixtes
- Bonifier les méta-projets
- Prioriser les méta-projets de manière participative et cohérente avec une approche de gouvernance ouverte
- Ancrer davantage l'embryon de gouvernance ouverte interne entre les employés et la direction générale du PJD

Résumé des exercices



Exercice #1 World Café

Trois Rondes de conversation sur chaque méta-projet.

- Comment ce méta-projet résonne-t-il avec la SPJD ?
- Comment bonifier les stratégies et tactiques ?
- Quel rôle pourraient jouer les employés du PJD dans l'activation de ces projets ?

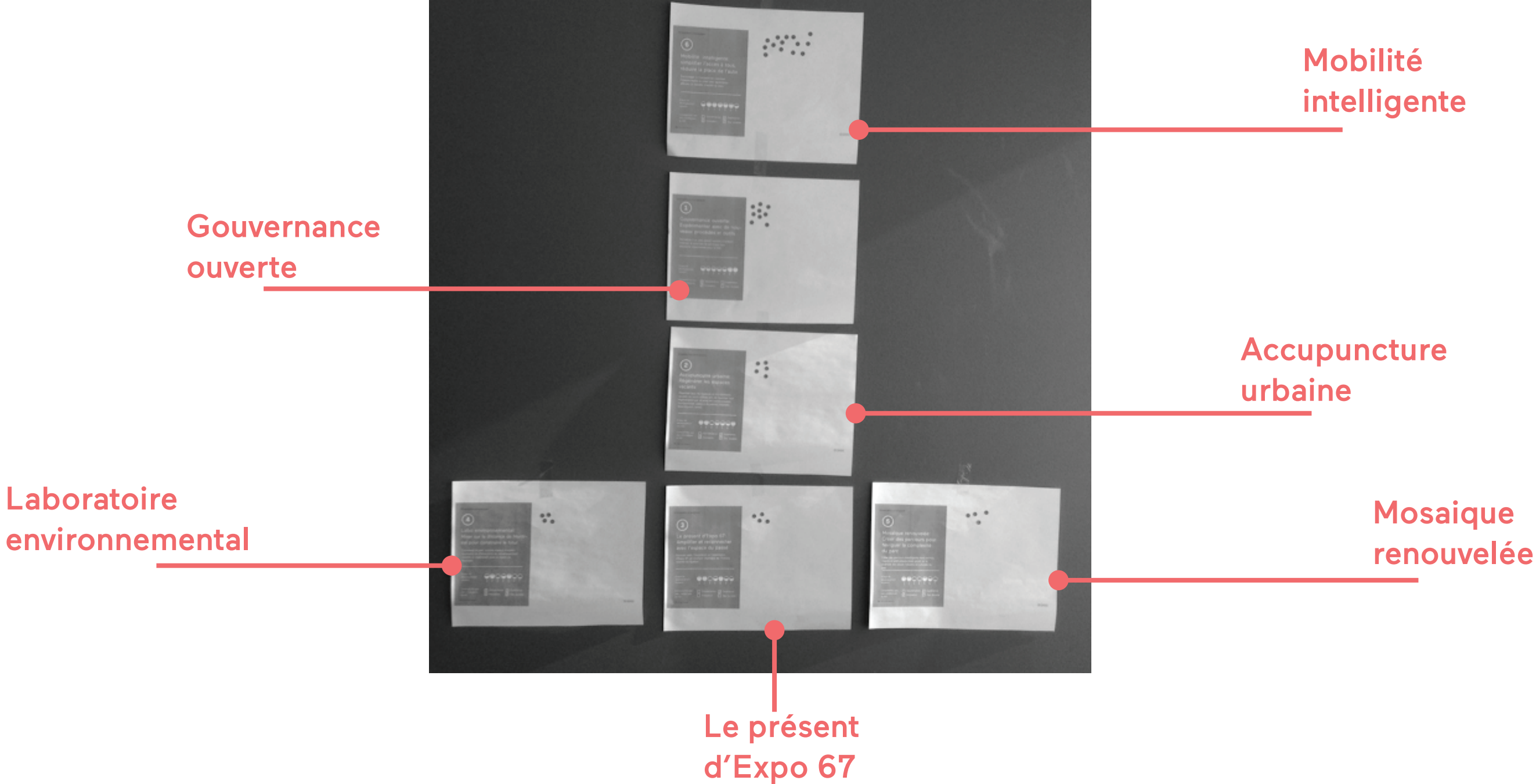


Exercice #2 Exercice d'investissement collectif

Un processus d'investissement dans les méta-projets en 2 temps : 1) direction générale et 2) ambassadeurs

- 100 jetons d'investissement distribués à la direction générale du PJD
- 100 jetons d'investissement répartis au sein de l'équipe d'ambassadeurs

Résultat de priorisation



Approche de mise en oeuvre des méta-projets à court terme

① Trois actions, rapidement:

Afin de propulser le mouvement, déployer rapidement trois actions à fort potentiel et facilement réalisables à l'interne, parmi les méta-projets jugés prioritaires.

② Trois projets pilotes:

Inviter les employés intéressés à constituer des équipes inter-départementales autour d'un projet précis et prévoir un budget en conséquence permettant de soutenir des activités de prototypage à petite échelle.

③ Gouvernance ouverte:

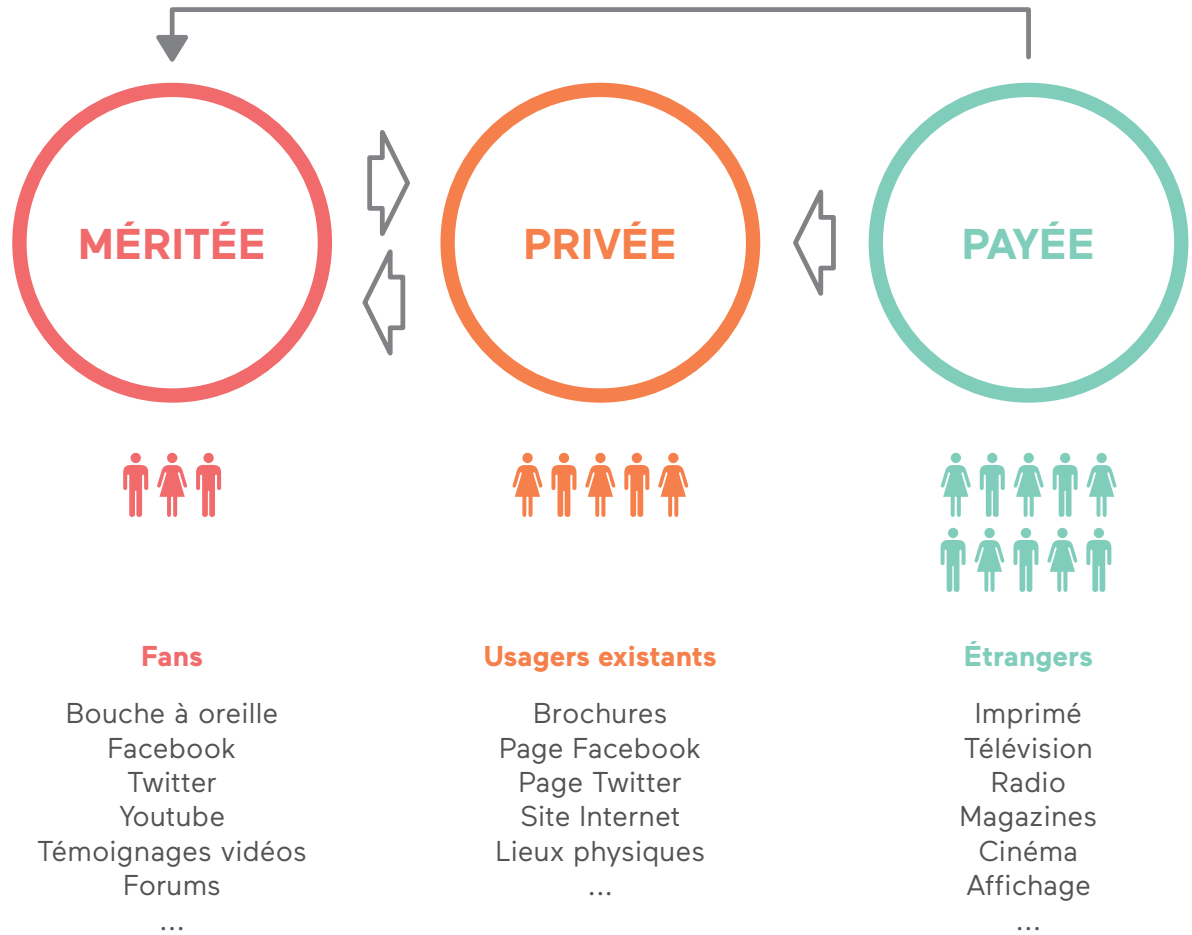
Raffiner la stratégie de gouvernance ouverte pour instaurer de manière pérenne cette nouvelle culture organisationnelle au PJD. Cette stratégie devrait s'appuyer sur la mise en place d'un Change-Lab permanent permettant de poursuivre la mobilisation des ambassadeurs et des employés du Parc.

Marketing et communications

Promotion :
Communication
de développement
méritée

S’assurer d’une cohérence
entre l’état perçu, les
objectifs souhaités et les
communications

Passer d’un Parc « connu » à
un Parc « reconnu »



Dans un contexte ville intelligente, le marketing et les communications ne sont plus seulement une question de création de messages internes diffusés vers l’extérieur (stratégie PUSH); il s’étendent maintenant à la création et à la propagation de messages par les consommateurs/usagers/ citoyens eux-mêmes (PULL). Un Parc Jean-Drapeau intelligent doit donc s’assurer d’incarner ses messages clés avant de les communiquer. Lorsque cet objectif sera atteint, on pourra utiliser les paroles des Montréalais (témoignages vidéos, campagne médias, relations de presse, etc.) et les projets eux-mêmes, pour promouvoir le Parc et ainsi assurer qu’il n’y ait pas d’écart entre l’expérience vécue, les objectifs souhaités et les messages véhiculés en provenance de la SPJD. Étant donné le positionnement collaboratif de gouvernance ouverte du PJD intelligent, la couverture médiatique méritée via le partage, le bouche à oreille, doit donc être assurée avant d’aller vers une campagne payée grand public.

Sources

Mark London, 2016. La mise en valeur de la partie sud de l'île Sainte-Hélène : Un projet à revoir pour le meilleur

Peter Kettenbeil , 2011. Mémoire sur l'avenir du parc Jean-Drapeau Présenté à la Communauté métropolitaine de Montréal dans le cadre des consultations sur le projet de Plan métropolitain d'aménagement et de développement

Public Affairs and Sustainable Development , 2009. Choosing The Future, A Sustainable Development Policy Société du parc Jean-Drapeau

Quartier international et SPJD, 2013. Projet d'aménagement et de mise en valeur du parc Jean-Drapeau

SPJD, 2010. Summary of the 2010-2012 Sustainable Development Action Plan

SPJD, 2016. PAMV Avant-projet définitif

SPJD, 2016. Actions requises à court terme pour alimenter et arbitrer les discussions et propositions de projets à inclure dans le nouveau plan directeur

Techno Montréal, 2015. Les TIC au service de la valorisation du parc Jean-Drapeau. Rapport d'ateliers et recommandations

Ville de Montréal, 2010. Montréal Community Sustainable Development Plan

