

Tourisme Montréal a lancé sa saison estivale sous le signe de la stabilité et de la confiance

Montréal, le 14 mai 2025 — Tourisme Montréal a lancé la saison estivale 2025 sous le signe de la stabilité, de la diversité des marchés et de la richesse de son offre. Dans un contexte mondial toujours en mouvement, maintenir une performance égale à celle de l'an dernier est non seulement un signe de résilience, mais aussi une preuve du pouvoir d'attraction durable de Montréal.

« Cette stabilité, à Montréal, signifie que la métropole continue d'attirer grâce à sa vitalité culturelle, sa gastronomie, sa connectivité internationale et sa capacité à se renouveler. Nous demeurons constants dans nos investissements étrangers, une approche qui s'avère gagnante et renforce notre position sur la scène internationale. L'été s'annonce fidèle à l'ADN de Montréal : inclusif, créatif et profondément humain », souligne Yves Lalumière, président-directeur général de Tourisme Montréal.

Une destination de plus en plus connectée

Au total, 156 destinations dans près de 50 pays sont désormais accessibles directement depuis Montréal, avec de nouvelles routes ajoutées vers Naples, Valence, Édimbourg, Cincinnati et les Bermudes. Le marché français continue de se démarquer, avec une progression des sièges aériens, notamment Nantes avec +23 %.

Une offre événementielle foisonnante

L'été montréalais sera animé par une série de festivals et congrès d'envergure qui stimuleront l'achalandage touristique et la vie urbaine. Le taux d'occupation prévisionnel des hôtels entre le 1er juin et le 30 septembre est estimé à 80 %, avec des pointes à 85 % pendant des moments phares comme le Grand Prix de Formule 1.

Des nouveautés à ne pas manquer

Cet été, Montréal innove aussi dans son offre d'activités et de divertissement.

- Reconnaissance de l'excellence de la gastronomie montréalaise avec l'arrivée du Guide Michelin
- Bungee Montréal, le plus haut saut à l'élastique au Canada, au Quai des Convoyeurs
- LUZIA du Cirque du Soleil, en représentation au Vieux-Port
- Académie F1, une compétition de course automobile féminine dans le cadre du Grand Prix
- De grands spectacles au Centre Bell : Shakira, Katy Perry, Linkin Park, entre autres

Une invitation à libérer le *fun* en soi

À travers sa campagne promotionnelle estivale, Tourisme Montréal encourage les visiteurs — tout comme les résidents — à **libérer le *fun* en eux**. Que ce soit en musique, en saveurs, en découvertes ou en émotions, Montréal promet une connexion spontanée avec la joie de vivre.

Par ailleurs, l'organisme a déployé une initiative dans le nord-est des États-Unis mettant en avant un avantage : la valeur du dollar américain à Montréal. ***Stretch your dollar further in Montréal*** illustre l'idée d'une valeur amplifiée à travers des visuels ludiques — un bagel ou un cornet de crème glacée étirés, surdimensionnés.

À propos de Tourisme Montréal

Tourisme Montréal est un organisme privé sans but lucratif qui œuvre depuis plus de 100 ans à faire la promotion de la métropole parmi les destinations de calibre international auprès des différents marchés du tourisme d'agrément et d'affaires. À ce titre, l'organisme pilote le déploiement de stratégies d'accueil innovantes tournées vers un double objectif : assurer une expérience de qualité aux visiteurs et maximiser les retombées économiques du tourisme de façon harmonieuse et soucieuse des impacts à long terme pour la métropole. Fédérant plus de 1 000 membres œuvrant directement ou indirectement dans l'industrie du tourisme, Tourisme Montréal joue un rôle prépondérant dans la gestion et le développement de l'offre touristique montréalaise, ce qui l'amène à se prononcer sur les enjeux du développement économique, urbain et culturel de la métropole. Pour plus d'information, visitez le site www.mtl.org.

- 30 -

Pour plus d'informations

Aurélie de Blois

Conseillère principale, relations publiques et médias

Tourisme Montréal

514 918-5290 / adeblois@mtl.org