

## Montréal fait battre le cœur des médias internationaux

À l'occasion de la Saint-Valentin, Tourisme Montréal célèbre l'amour que portent les grandes publications du monde pour la destination.

**Montréal, le 13 février 2026** — Tourisme Montréal souligne une relation qui ne cesse de grandir : celle entre la métropole et les médias internationaux. Au cours de la dernière année, les plus grandes tribunes médiatiques aux États-Unis, en France, au Royaume-Uni et au Canada Montréal ont multiplié les déclarations d'amour envers Montréal, confirmant son statut de destination coup de cœur à l'échelle mondiale.

« Voir autant de médias internationaux tomber sous le charme de la métropole est une immense fierté pour toute l'industrie touristique. Montréal continue de séduire par son authenticité, son énergie et sa capacité à surprendre », souligne Yves Lalumière, président-directeur général à Tourisme Montréal.

## Une destination qui séduit l'Amérique

Aux États-Unis, Montréal s'est illustrée dans plusieurs médias d'envergure :

- [NBC Today Show](#) l'a classée parmi les meilleures destinations vacances.
- [Condé Nast Traveler](#) l'a incluse dans ses prestigieux *Readers' Choice Awards – Best Cities in the World*.
- [National Geographic](#) l'a mise en lumière dans son très attendu *Best of the World 2026*, en plus d'un reportage dédié au Québec.
- [Travel + Leisure](#) a consacré une critique hôtelière complète à Sonolux Montréal.

## Un rayonnement fort au Royaume-Uni

Du côté britannique, l'intérêt est tout aussi marqué :

- [The Independent](#) a inclus Montréal dans sa sélection des hôtels les plus romantiques au monde.
- [The Guardian](#) a mis en lumière la richesse culturelle canadienne, contribuant à nourrir l'intérêt pour Montréal comme porte d'entrée vers cette diversité artistique.

## Une ville dont on tombe amoureux

D'un bout du pays à l'autre, les déclarations se multiplient :

- [\*How 2 Days in Montréal Made Me Fall in Love With Winter\*](#)
- [\*Montreal delivers luxury, glam and whimsy\*](#)
- [\*Montréal's Festival Season Never Ends!\*](#)

## France

Le marché français confirme lui aussi son attachement à Montréal :

- **RFI** (Radio France Internationale) a consacré un [balado](#) à Montréal, comme capitale de l'humour.
- Le magazine **C'est comment d'ailleurs** a mis Montréal en vedette dans un reportage immersif.
- Le magazine **Escapade** a publié un grand dossier avec un gros plan sur Montréal, mettant en lumière son effervescence culturelle et humoristique.

## Une reconnaissance qui dépasse la visibilité

Au-delà de la couverture médiatique, ces retombées contribuent directement à l'attractivité de la destination. Elles renforcent la notoriété internationale de Montréal, soutiennent l'achalandage touristique et consolident son image de métropole chaleureuse, créative et vibrante, été comme hiver.

## 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 visiteuses et 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](http://www.mtl.org).



**COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
POUR DIFFUSION IMMÉDIATE**

**Aurélie de Blois**

Porte-parole et conseillère principale en RP  
514 918-5290 / [adeblois@mtl.org](mailto:adeblois@mtl.org)