

## TORONTO, MONTRÉAL ET OTTAWA S'ALLIENT : LES 3 VILLES SE DONNENT UN COUP DE POUCE TOURISTIQUE

*Allez voir ailleurs, juste pour voir* est une campagne inédite qui ravive le désir... des escapades urbaines

**{SOUS EMBARGO JUSQU'AU VENDREDI 27 AOÛT 2021}**

**Montréal, 27 août 2021** – Toronto, Montréal et Ottawa mettent leur rivalité amicale de côté le temps d'une campagne visant à raviver le plaisir de voyager dans trois des villes les plus importantes et vibrantes du Canada. La nouvelle campagne, *Allez voir ailleurs, juste pour voir*, est une initiative de Tourisme Ottawa, Tourisme Montréal et Destination Toronto (les organismes de promotion touristique de chaque ville respective), un premier partenariat autour d'une même campagne entre les trois entités. Cette invitation à se visiter est lancée au moment où l'industrie touristique et les destinations urbaines amorcent leur lent processus de réhabilitation après presque deux ans à vivre les impacts liés à l'application des mesures sanitaires.

*Allez voir ailleurs, juste pour voir* invite les voyageuses et voyageurs de chaque ville à quitter leurs quartiers pour visiter les autres destinations. La campagne s'articule de façon amusante autour de l'idée d'« aller voir ailleurs » et se veut délibérément légère, faisant ainsi contraste à l'isolement et au confinement que nous avons vécus pendant la pandémie.

Pour marquer la campagne, la chanson [\*Allez voir ailleurs, juste pour voir\*](#) est lancée. La pièce est basée sur le classique et ver d'oreille *Escape (The Pina Colada Song)* et met en vedette des talents canadiens qui incitent les résidentes et résidents à planifier leur prochaine escapade urbaine. La chanson rigolote s'accompagne d'une nouvelle vidéo qui encapsule l'esprit, l'ambiance et la personnalité de chacune des villes tout en misant sur la relation espiègle qui les lie et en faisant un clin d'œil au contexte qui nous a cloués à la maison pendant la pandémie.

« C'est une campagne sans précédent pour une époque sans précédent. *Allez voir ailleurs, juste pour voir* nous fait sortir de la norme au moment où nos envies d'aventures occupent toutes nos pensées », indique Scott Beck, président-directeur général de Destination Toronto. « Nous sommes emballés de pouvoir recevoir à nouveau des visiteurs d'Ottawa et de Montréal, et je sais qu'à Toronto, plusieurs d'entre nous avons hâte de visiter ces deux merveilleuses villes. Nous ne pourrions penser à deux meilleures destinations pour *aller voir ailleurs*. »

Pour inciter les gens à s'évader vers les villes voisines, Air Canada et VIA Rail offrent un rabais de 20 % sur les déplacements entre les trois destinations.

« Le moment est bien choisi pour travailler en équipe et montrer ce que nos villes ont en commun », souligne Yves Lalumière, président-directeur général de Tourisme Montréal. « Grâce à cette campagne innovante, nous sommes ravis de faire partager les expériences que nous avons à offrir avec les gens d'Ottawa et de Toronto. Nous savons comment mettre en lumière le meilleur de Montréal et avons hâte que vous puissiez en être témoins. »

La campagne intégrée *Allez voir ailleurs, juste pour voir* emprunte plusieurs canaux médiatiques (Instagram, Facebook, publicités numériques et extérieures, Spotify, TikTok et YouTube), une stratégie unique dans le cadre d'une offensive touristique, et s'appuie sur les meilleures pratiques de l'industrie musicale pour lancer sa chanson et son clip.

« Tout au long du corridor Toronto-Ottawa-Montréal, l'amitié est bien réelle, même si la possibilité de se voir pendant la pandémie a été mise à rude épreuve », souligne Michael Crockatt, président-directeur général de

Tourisme Ottawa. « Si vous souhaitez vous évader de votre quotidien ou flirter avec un autre centre urbain, cette campagne est celle de toutes les tentations! »

Pour en apprendre davantage sur la campagne, visitez son site officiel : [allezvoirailleurs.ca](http://allezvoirailleurs.ca).

-30-

#### **À PROPOS DE TOURISME OTTAWA**

[Tourisme Ottawa](http://TourismeOttawa.ca) travaille sur des initiatives de développement et promotion de la destination, d'orientation stratégique et de leadership en partenariat avec ses membres et partenaires. L'organisme accueille des voyageurs d'agrément, des voyageurs d'affaires, des groupes de voyageurs et des congrès à Ottawa et dans la région de la Capitale nationale. Sa mission est d'encourager l'économie touristique locale alimentée annuellement par environ 11 millions de visiteurs qui engendre des retombées de 3 milliards de dollars pour Ottawa et génère une richesse pour la communauté. Tourisme Ottawa cherche à offrir une expérience complète dans la capitale, à raconter l'histoire du Canada et à faire parler les gens.

#### **À PROPOS DE TOURISME MONTRÉAL**

Tourisme Montréal est un organisme privé à but non lucratif fondé il y a plus de 100 ans qui vise à positionner Montréal comme destination d'agrément et d'affaires de calibre international. Chapeautant près de 1000 entreprises et organismes travaillant directement ou indirectement en tourisme, Tourisme Montréal joue un rôle clé dans la gestion et le développement de l'industrie touristique de Montréal et émet des recommandations sur des questions qui touchent l'essor économique, urbain et culturel de la métropole. Pour plus d'information, visitez [www.mtl.org](http://www.mtl.org).

#### **À PROPOS DE DESTINATION TORONTO**

L'économie touristique de Toronto est un moteur vital pour la ville, générant plus de 10 milliards de dollars dans l'activité économique et alimentant 70 000 emplois en 2019. La mission de Destination Toronto est de refléter la richesse et la diversité des gens, des lieux et de la culture de Toronto afin d'inspirer les résidents et les touristes à découvrir, à visiter et à explorer notre ville. Travaillant de concert avec la Ville de Toronto, la Greater Toronto Hotel Association et le ministère ontarien des Industries du patrimoine, du Sport, du Tourisme et de la Culture, Destination Toronto met en marché et promeut la ville auprès des voyageurs, attire et appuie les congrès et événements et soutient les entreprises locales afin de maximiser les dépenses touristiques. Pour plus d'information, veuillez visiter [DestinationToronto.com](http://DestinationToronto.com).

#### **PERSONNES-RESSOURCES POUR LES MÉDIAS :**

Matt McNama  
Directeur des communications avec les entreprises  
Destination Toronto  
416 994-2258  
[mmcnama@destinationtoronto.com](mailto:mmcnama@destinationtoronto.com)

Jantine Van Kregten  
Directrice des communications  
Tourisme Ottawa  
613 866-4955  
[presse@tourismeottawa.ca](mailto:presse@tourismeottawa.ca)

Martine Venne  
Responsable des médias  
Tourisme Montréal  
438 405-1185  
[mvenne@mtl.org](mailto:mvenne@mtl.org)