

*Tourisme Montréal lance la deuxième phase de sa campagne Sorry*  
**William Shatner s'excuse pour la frénésie générée par le 375<sup>e</sup>  
anniversaire de Montréal**

**Montréal, le 18 janvier 2017** – Tourisme Montréal lance, aujourd'hui, la deuxième phase de sa campagne promotionnelle **Sorry**<sup>1</sup> sur les marchés de Toronto et de New York. Cette campagne au ton cordial est portée par la voix du célèbre acteur d'origine montréalaise William Shatner.

Jusqu'en mars prochain, cet amoureux de Montréal invitera nos voisins limitrophes à prendre part à la fête du 375<sup>e</sup>. Dans une série de [vidéos humoristiques](#), il s'excuse à l'avance pour le brouhaha des célébrations.

L'objectif de cette campagne est de positionner Montréal parmi les destinations incontournables à visiter, alors que la ville est bouillonnante d'activités et rayonnante de fierté. La campagne, signée Ig2 et Touché, se décline sur le Web. Elle met de l'avant la richesse gastronomique, culturelle et événementielle de la métropole. Dans la première phase de la campagne lancée en décembre dernier, des ambassadeurs montréalais s'excusaient d'avance auprès de leurs voisins tout en les invitant à prendre part à la fête.

**À propos de Tourisme Montréal**

Tourisme Montréal est l'organisme responsable d'assumer le leadership de l'effort concerté de promotion et d'accueil pour le positionnement de la destination de Montréal sur les marchés des voyages d'agrément et d'affaires et d'orienter le développement du produit touristique montréalais sur la base de l'évolution constante des marchés. Pour plus de renseignements, visitez le site Web [www.mtl.org](http://www.mtl.org).

– 30 –

<sup>1</sup>Désolé

**Renseignements :**

Andrée-Anne Pelletier  
Gestionnaire — Relations publiques corporatives  
Tourisme Montréal  
514 844-3344/514 264-1638  
[aappelletier@mtl.org](mailto:aappelletier@mtl.org)