

Communiqué – Pour distribution immédiate

## **Tourisme Montréal encourage les gens à « Do Your Thing » dans une nouvelle initiative marketing**

**« Do Your Thing » (« Fais-le à Montréal ») est la nouvelle campagne de contenu conçue par Sid Lee pour Tourisme Montréal. Ce projet récemment lancé consiste en une série de vidéos tournés à Montréal et mettant en scène les talents de différents influenceurs de la communauté LGBT.**

**Montréal, CANADA – 3 juillet 2013** – La campagne « Do Your Thing » (« Fais-le à Montréal ») présente des performances de personnalités issues de la communauté LGBT et originaires d'Amérique du Nord, comme l'athlète olympique Johnny Weir. Ces invités viennent découvrir la ville de Montréal et façonner de nouveaux #MTLMOMENTS orientés LGBT, créant ainsi du contenu à potentiel viral. La campagne se déroule de la mi-juin à la fin juillet et sera diffusée aussi bien sur les plateformes web de Tourisme Montréal que sur celles de Logo TV. La campagne adopte une approche stratégique innovante en faisant appel à des influenceurs venus de partout en Amérique du Nord pour créer du contenu et ainsi promouvoir la ville de Montréal, tout en positionnant Montréal comme l'une des communautés gaies les plus vibrantes d'Amérique du Nord.



Selon Brendan Murphy, rédacteur en chef chez Sid Lee, « c'est une campagne qui se distingue par le virage simple et efficace qu'elle prend vis-à-vis des voyages de presse habituels ». Il ajoute qu' « au lieu de faire venir des influenceurs à Montréal pour communiquer avec leurs réseaux sur un sujet qu'ils ne maîtrisent pas forcément (Montréal), nous voulions présenter ce qu'ils font de mieux et utiliser Montréal en toile de fond. »

« Cette approche nous permet d'attirer autrement le visiteur potentiel à Montréal », dit Tanya Churchmuch, qui supervise le rayonnement LGBT pour Tourisme Montréal. « Plutôt que de dépendre exclusivement de nos propres plateformes de médias sociaux et d'achats médias traditionnels, nous pouvons aussi bénéficier de la portée médiatique extraordinaire de ces influenceurs sur les réseaux sociaux. En effet, ils communiquent ce qu'ils font à Montréal directement en ligne avec leurs fans. »

La campagne comprend des performances effectuées par les cinq influenceurs suivants: le chanteur/animateur Jonny McGovern, l'athlète olympique et patineur artistique Johnny Weir, l'humoriste DeAnne Smith, la vedette de télé réalité Carmen Carrera et enfin Mado *la Reine du village*.

Chaque artiste apparaît dans deux vidéos. Tout d'abord, les vidéos de performance mettent en avant le savoir-faire de l'influenceur. Puis le spectateur se familiarise avec Montréal et la culture LGBT à travers une entrevue personnelle avec l'influenceur. Enfin, un blogueur couvre la visite de l'influenceur tout en mettant l'accent sur les choses à faire Montréal.

Tandis que les vidéos avec Jonny McGovern, DeAnne Smith et Johnny Weir sont déjà en ligne, le reste suivra en Juillet.

On peut visionner ces vidéos sur la page YouTube de QUEERMTL en cliquant sur les liens ci-dessous :

<http://www.youtube.com/watch?v=h3UnkXHIEYc&feature=c4-overview-vl&list=PL35xFBPb7CwRX8v2pvopfaKD9dKNPV2bf>

- <http://www.youtube.com/watch?v=uNuB1DyLGOg&feature=c4-overview-vl&list=PL35xFBPb7CwRX8v2pvopfaKD9dKNPV2bf>
- <http://www.youtube.com/watch?v=kHFkeTPCgpU>
- <http://www.youtube.com/watch?v=EX2fAQB-Agc>
- <http://www.youtube.com/watch?v=VRpafWHgno4>
- <http://www.youtube.com/watch?v=hohP2NapmhY>