



Le Canada dans une ville : faire connaître les histoires d'Ottawa au monde

Des manuels par marque sont désormais disponibles à l'attention des spécialistes du marketing, des communicateurs et des rédacteurs locaux.

OTTAWA, le 14 juin 2019—Dans la foulée d'un événement organisé aujourd'hui par Jim Watson, le maire d'Ottawa, pour annoncer qu'Ottawa avait atteint le million de résidants, Tourisme Ottawa a lancé le site Web Canadadansuneville.ca. Ce site adopte une nouvelle approche de présentation d'Ottawa sur la scène internationale et encourage la participation à un concours photo témoignant du dynamisme d'Ottawa. Depuis 2017, Tourisme Ottawa et la Ville d'Ottawa travaillent aux côtés des consultants internationaux de Destination Think! pour dévoiler les attributs uniques d'Ottawa (sa *Place DNA*TM) et pour développer l'identité de marque de la ville.

Sur ce site Web, les spécialistes du marketing, les communicateurs et les créateurs de contenu de la capitale du Canada peuvent trouver des ressources, notamment un diaporama, une vidéo, du contenu pour infolettre et des manuels pour les médias sociaux, allant dans le sens des résultats de ces recherches. L'objectif consiste à harmoniser la communication des intervenants locaux, afin de diffuser le message le plus fort possible et de bâtir la réputation d'Ottawa auprès des publics externes grâce à la communication narrative. Ces recherches résument l'image de marque d'Ottawa, à savoir que la ville représente le **Canada dans une ville** et qu'« Ottawa est l'endroit où l'on peut communiquer avec l'âme du Canada. ».

« Il s'agit d'un moment exaltant pour Ottawa, tandis que nous dévoilons la nouvelle image de marque de la ville », a déclaré Michael Crockatt, président-directeur général de Tourisme Ottawa. « L'annonce de cette nouvelle démarche en même temps que l'annonce de l'atteinte du million de résidants à Ottawa souligne le lien entre l'économie touristique d'Ottawa et les avantages que retirent les résidents des dépenses touristiques en dollars dans notre région. En effet, les visiteurs dépensent plus de 2,2 milliards de dollars chaque année dans notre communauté. »

Cette nouvelle image de marque comprend quatre grands thèmes qui concourent à créer l'image d'une ville représentant le **Canada en concentré**. Ces grands thèmes sont présentés sur le site Canadadansuneville.ca et des extraits à ce sujet figurent ci-dessous :

- **Le village du Canada** : « *Qu'il s'agisse de votre première visite ou que vous ayez passé le dernier semestre ou les dix dernières années à Ottawa, la ville offre un degré de convivialité et d'accessibilité propre aux capitales du G7 dont le pouvoir économique et politique est similaire* ».
- **Découvrir le Canada** : « *Toutes les villes canadiennes constituent le tissu du pays, mais toutes n'incarnent pas l'ensemble du pays. À cet égard, Ottawa se distingue. Il s'agit d'une ville où il est possible de découvrir l'âme du Canada, et ce quelle que soit la période. Ottawa est non seulement ancrée dans le présent, mais est également témoin du passé et tournée vers l'avenir* ».
- **Joie de vivre** : « *La joie de vivre prend la forme des plaisirs de la conversation, de la bonne chère, du voyage ou de la fête. Les résidents d'Ottawa aiment profiter de la vie, vivre mieux, rechercher le bonheur et y accéder à l'endroit qu'ils qualifient comme leur lieu de résidence et auprès des gens de leur communauté* ».
- **Héritage d'Ottawa** : « *Nos paysages urbains physiques et sociaux reflètent les nombreux héritages coexistants d'Ottawa. Chaque génération ajoute une nouvelle dimension à notre histoire. Depuis longtemps, la ville est le point d'ancrage d'instigateurs du changement, de pionniers et d'avant-gardistes...*

Aussi bien sur le plan réglementaire que sur les plans économique, commercial, culturel, éducatif, sanitaire ou encore environnemental, les valeurs fondamentales du Canada deviennent réalité à Ottawa ».

CONCOURS PHOTO

Le concours photo a lieu du vendredi 14 juin au vendredi 19 juillet. Les Canadiens et Canadiennes sont invités à présenter des photos qui représentent leur vision d'Ottawa et qui répondent à l'un des quatre thèmes ci-dessus. Des photos peuvent être soumises en utilisant les mots-clés #MonOttawa et #LeCanadaDansUneVille sur Instagram ou Twitter, ou au moyen du formulaire de participation sur le site Canadadansuneville.ca. Un gagnant sera désigné chaque semaine et recevra une carte-cadeau d'une valeur de 50 \$ à utiliser au studio photo local Henry's. À la fin du concours, quatre gagnants recevront chacun une carte-cadeau d'une valeur de 250 \$ à utiliser au studio Henry's. Par ailleurs, un gagnant du grand prix sera désigné dans chacune des quatre catégories et recevra une carte cadeau de 1 000 \$ à utiliser au studio Henry's.



Michael Crockatt, président-directeur général de Tourisme Ottawa, et le Maire de la Ville d'Ottawa Jim Watson avec la nouvelle signalisation de population.

À propos de Tourisme Ottawa

[Tourisme Ottawa](http://TourismeOttawa) offre des services de commercialisation et de développement touristiques, de conseil stratégique et de leadership et veille à la promotion d'Ottawa en collaboration avec ses membres et ses partenaires afin d'attirer des visiteurs qui viennent pour des vacances, des voyages d'affaires, des visites en groupe, et des congrès. Son objectif est de soutenir l'économie locale du tourisme, alimentée par environ 11 millions de visiteurs par an et 3 milliards de dollars de production économique à Ottawa venant soutenir la richesse communautaire par le biais

du tourisme. Sa vision consiste à proposer aux visiteurs une expérience complète de la capitale, à raconter l'histoire du Canada et à faire parler les gens.

-30-

Pour plus d'informations, veuillez communiquer avec :

Jantine Van Kregten

Directrice des Communications, Tourisme Ottawa

613-237-5150, poste 1116

presse@tourismeottawa.ca