

Voyager au Québec maritime : l'invitation est lancée en Ontario et aux États-Unis!

C'est le 26 février dernier que nous avons démarré notre campagne promotionnelle « En route to » qui vise à attirer dans nos régions encore plus de voyageurs et de voyageuses en provenance de l'Ontario et du nord-est des États-Unis.

En amorçant nos communications aussi tôt en saison, nous souhaitons attirer l'attention de nos clientèles cibles en leur présentant une panoplie de bonnes raisons de visiter le Bas-Saint-Laurent, la Gaspésie, la Côte-Nord ou les Îles de la Madeleine, que ce soit **tôt en saison** pour savourer des produits de la mer frais, **en plein été** pour profiter de l'effervescence de la destination ou **en automne**, pour les couleurs et les températures plus douces. « Et comme le printemps s'annonce hâtif cette année, nous croyons que les gens auront la tête aux vacances plus tôt qu'à l'habitude, d'où l'importance de leur soumettre dès maintenant des idées de séjour et de circuits dans l'est du Québec », précise Yanick Paul, directrice du marketing et des communications pour Le Québec maritime.

L'offensive se poursuivra jusqu'à la fin d'août pour rejoindre un maximum de personnes. Réalisée en étroite collaboration avec l'agence La Bande, elle mise sur des **images fortes** et des **messages inspirants** qui seront diffusés sur des médias qui ont fait leurs preuves en matière de performance et de retour sur l'investissement. Nous prévoyons par ailleurs **tirer avantage de la récente reconnaissance attribuée par le quotidien *The New York Times* à la réserve de parc national de l'Archipel-de-Mingan** en utilisant cette mention dans certaines de nos tactiques.

Cette campagne de promotion est bien sûr l'occasion de **mettre en lumière les entreprises de nos régions**, et plus particulièrement celles qui démontrent **un intérêt accru pour ces clientèles en investissant avec nous** pour se démarquer dans l'une ou l'autre des plateformes numériques du Québec maritime (site Web, infolettre, blogue, médias sociaux, etc.). « Je profite de l'occasion pour saluer et remercier nos 4 ATR et les 35 entreprises participantes à notre campagne. Leur contribution donne un sens à nos communications et permet d'en maximiser les retombées potentielles. », ajoute Nathalie Blouin, directrice générale de l'organisation.

Soulignons que les régions du Québec maritime seront aussi promues dans les **campagnes de Bonjour Québec**, qui bénéficient d'un investissement de près de 1,3 M \$ sur ces mêmes marchés cibles, grâce à un partenariat entre notre organisation et l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.

Rappelons enfin que ces actions de promotion sont rendues possibles grâce à la contribution de notre partenaire financier principal, Développement économique Canada, de nos partenaires majeurs, les associations touristiques régionales, Parcs Canada, la Sépaq et PAL Airlines, et des entreprises qui collaborent avec nous à la promotion de nos régions sur les marchés hors Québec.