

Lanaudière se positionne comme la destination idéale pour une escapade de quelques jours à proximité de Montréal

Rawdon, le 2 juin 2015 – Tourisme Lanaudière a donné le coup d’envoi de sa campagne promotionnelle estivale afin de séduire le grand Montréal. La campagne s’inscrit dans la continuité de la stratégie de notoriété visant à positionner la région de Lanaudière comme une destination vacances de choix, tout près de la métropole. Il s’agit de la plus importante à ce jour en terme de participation des membres (90 entreprises participantes), avec une valeur médias de plus de 700 000 \$.

S’appuyant sur le slogan « *Lanaudière – Rapprochez-vous* », une série de six capsules sera diffusée sur le Web et à la télévision. Avec cette importante campagne télévisuelle diffusée sur les ondes d’ICI Radio-Canada (grande région de Montréal) et sur les chaînes ICI ARTV, ICI Explora et ICI RDI, Lanaudière souhaite mettre l’accent sur la proximité de la région, tant géographique qu’émotionnelle, avec le grand Montréal.

Notons également que la région de Lanaudière sera visible sur les autoroutes de la Rive-Sud de Montréal par le biais de panneaux d’affichage.

Parallèlement à ces actions, 40 % des investissements de la campagne promotionnelle de Tourisme Lanaudière sont destinés à la promotion sur le Web, notamment via une stratégie canalisée vers l’achat de bannières, de publicités Facebook, de référencement Web optimisé, l’utilisation d’infolettres ciblées et un [concours « Cet été, cap sur Lanaudière »](#). Également, une brigade de blogueurs plus dynamique que jamais continuera de sillonner les routes lanaudoises pour vous faire découvrir la région à travers leurs expériences. L’exploitation des médias sociaux contribuera à mousser chacune des actions et des entreprises qui y sont intégrées.

Convertir les excursionnistes en touristes

Cette stratégie promotionnelle est la plus importante à ce jour pour l’ATR qui veut agir concrètement sur les taux d’occupation de la région. « *Le parc hôtelier de la région de Lanaudière est encore en croissance, créant ainsi une forte pression sur les taux d’occupation. On veut contribuer à la rentabilité de nos lieux d’hébergement tout en mettant de l’avant la diversité de notre offre* » précise Denis Brochu, directeur général de Tourisme Lanaudière.

Afin de générer des nuitées dans la région, Tourisme Lanaudière invite la clientèle à prolonger leur séjour avec la promotion « [Restez donc à coucher](#) » permettant d’économiser jusqu’à 75 \$ sur leur hébergement. De plus, près une centaine d’offres de forfaits seront promues alliant établissements hôteliers de tout genre et une gamme diversifiée d’attrait touristiques. Les séjours sont articulés autour de 5 grandes thématiques : plein air, golf, détente, famille, saveurs et culture.

Finalement, d'autres stratégies plus ciblées viennent compléter les actions de tourisme d'agrément. Ainsi, le Chemin du Roy (partenariat avec la Mauricie et Québec), les Circuits touristiques gourmands – Goûtez Lanaudière!, le carnet moto (alliance de 9 régions touristiques), le Pays du quad, la campagne de promotion des pourvoiries et, évidemment, le Guide touristique régional disponible partout au Québec contribuent, chacun à leur façon, à atteindre les principales clientèles visées.

Les capsules vidéo des publicités télévisuelles peuvent être visionnées sur la [chaîne YouTube de Tourisme Lanaudière](#).

Tourisme Lanaudière est une association touristique régionale (ATR) reconnue par le gouvernement du Québec; elle est un organisme sans but lucratif regroupant près de 370 entreprises et organismes et son objectif est de faire croître l'économie de la région par le tourisme en y coordonnant l'accueil, le développement et la promotion touristiques.

- 30 -

Source : **Justine Laurier**
Coordonnatrice aux communications
Tourisme Lanaudière
450 834-2535/1 800 363-2788, poste 234
laurier@lanaudiere.ca

Information : **Denis Brochu**
Directeur général
Tourisme Lanaudière
450 834-2535/1 800 363-2788, poste 232
brochu@lanaudiere.ca