

COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

La région touristique de Lanaudière multiplie ses investissements promotionnels hivernaux pour séduire le grand Montréal

Rawdon, le 21 janvier 2015 – Tourisme Lanaudière est à pied d'œuvre depuis la mi-novembre pour livrer sa campagne promotionnelle hivernale, la plus importante à ce jour en terme d'investissements et de participation des membres. La campagne, d'une valeur médias de plus de 525 000 \$, propose une stratégie articulée autour du Web, d'une promotion sur l'hébergement et d'une toute nouvelle campagne publicitaire télévisuelle se déployant sous le thème « *Lanaudière – Rapprochez-vous* ».

La marque « Lanaudière » est passée dans la cour des grands en s'affirmant dans une campagne publicitaire de notoriété sur les ondes d'ICI Radio-Canada et de ses chaînes sœurs : ICI ARTV, ICI Explora et ICI RDI. Depuis le 12 janvier dernier, des capsules de 15 et de 30 secondes sont diffusées à travers la grille horaire, dont 70 % en période de grande écoute. La campagne télé, d'une valeur de 240 000 \$, destinée à la grande région de Montréal, met en vedette de nombreux attraits touristiques de la région et invite la clientèle à « rester à coucher ». En effet, la promotion « [Restez donc à coucher](#) » encourage les visiteurs à prolonger leur séjour dans Lanaudière en leur permettant d'économiser sur leur hébergement.

40 % des investissements de la campagne promotionnelle hivernale 2014-2015 de Tourisme Lanaudière sont destinés à la promotion sur le Web, notamment via une stratégie canalisée vers l'achat de bannières, de référencement Web optimisé et l'utilisation d'infolettres ciblées. Les médias sociaux occupent également une place importante au cœur de cette stratégie marketing. Deux importants concours viennent s'ajouter à ces offensives : « [Gagne ton escapade dans Lanaudière](#) » et le concours « selfie ». Le premier offre la possibilité aux participants de choisir leur escapade de rêve parmi 4 thématiques hivernales phares de la région. Le concours « selfie », quant à lui, vise à faire rayonner la région sur les médias sociaux par le biais de photos prises par les visiteurs et diffusées sur [rapprochezvous.ca](#).

Fort de ces stratégies et bien qu'on soit seulement à mi-chemin dans le calendrier de déploiement de la campagne, le site Web lanaudiere.ca enregistre déjà des entrées records en termes d'achalandage et de visiteurs avec des hausses de l'ordre de 50 % par rapport à l'an dernier.

Confiance des partenaires et implication accrue des membres

Au chapitre de la valeur de la participation du milieu, Tourisme Lanaudière constate une progression remarquable. En effet, l'investissement des membres partenaires (45 entreprises) se chiffre à près de 106 000 \$, un record pour la période d'hiver. À ce montant s'additionnent 65 000 \$ provenant des revenus découlant de la taxe sur l'hébergement touristique, 55 000 \$ du Fonds de notoriété mis en place avec plusieurs partenaires socioéconomiques (la Conférence régionale des Élus de Lanaudière et les CLD d'Autray, de Joliette, de la Matawinie et Les Moulins), sans compter le soutien financier de Développement économique Canada pour quelques actions destinées aux marchés hors Québec.

De plus, Tourisme Lanaudière a renouvelé les partenariats avec les marchés de Noël de Lanaudière et les stations de ski afin de développer des campagnes thématiques parallèles. Le déclenchement de ces offensives dès la mi-novembre permet de rejoindre les clientèles en fonction de leurs intérêts, et surtout de prolonger la période de campagne.

Le nouveau venu pour l'hiver est le site www.raquette.lanaudiere.ca. Fruit d'une association avec le milieu, le microsite, qui gagne en popularité de semaine en semaine, répertorie les sentiers incontournables pour pratiquer ce sport et pour bénéficier des meilleurs points de vue de la région.

Les capsules vidéos des publicités télévisuelles peuvent être visionnées sur la chaîne YouTube de Tourisme Lanaudière : lanaudiere.ca/YouTube

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

laurier@lanaudiere.ca / 450 834-2535 ou 1 800 363-2788 poste 234