

communiqué

diffusion immédiate

Un hors-série signé Québec dans La Presse+, une première pour une destination touristique

Québec, le lundi 15 juin 2015 – L'Office du tourisme de Québec innove en tant que première destination touristique à publier un magazine hors-série dans La Presse+. Le magazine « Escapade Québec » offre une expérience tactile, interactive et unique en son genre. Paru dimanche 14 juin, il est disponible pour 60 jours aux abonnés de La Presse+ (offert gratuitement aux détenteurs de tablette numérique).

« Escapade Québec » met en vedette de manière rafraîchissante les attraits et événements distinctifs de la région de Québec tout en offrant un maximum de visibilité aux partenaires touristiques. Ce hors-série a été développé en collaboration avec l'agence Cossette de Québec qui a su transposer une publicité traditionnelle en une expérience immersive, enrichie et multimédia sur tablettes. Pour la création de cette offensive promotionnelle novatrice, l'OTQ a bénéficié de l'ensemble des fonctionnalités offertes par la technologie de La Presse+ afin de mettre en valeur du contenu exclusif, des vidéos et photos interactives mettant en scène des incontournables de Québec.

« L'Office du tourisme de Québec est le tout premier office de tourisme à offrir un hors-série aux lecteurs La Presse+. Coloré, interactif et multimédia, le hors-série « Escapade Québec » offre une vitrine riche et attrayante sur les activités proposées dans la grande région de Québec durant l'été. Nous sommes particulièrement heureux d'avoir contribué, avec la réalisation de ce hors-série, à renouveler le concept de la publicité coop en mettant les capacités multifonctionnelles de La Presse+ au bénéfice des produits et services, du contenu et des publicités des nombreux partenaires de l'Office du tourisme de Québec », a commenté Luc Tremblay, vice-président, Ventes de La Presse.

Ce magazine se veut un guide pratique et inspirant pour convaincre les Québécois de vivre ou revivre « L'effet Québec ». Il présente les événements majeurs ainsi que les principaux attraits en vous proposant divers itinéraires adaptés à la durée de votre

séjour. Il met également de l'avant le « passeport été » qui permet d'économiser sur une pléthore d'activités. Tout est mis en œuvre pour faciliter la planification de vos vacances.

« L'OTQ poursuit ses offensives publicitaires dans un contexte de marketing réinventé. Nous sommes fiers d'innover en choisissant des campagnes qui sortent des méthodes traditionnelles et nous poursuivrons dans cette voie en utilisant de nouvelles stratégies créatives et évolutives » a tenu à mentionner André Roy, le directeur de l'OTQ.

L'Office du tourisme de Québec consacre 2,7 millions de dollars en budget marketing afin d'assurer la mise en marché de la destination de Québec. Cette nouvelle façon de faire s'inscrit astucieusement dans la poursuite de notre virage numérique et intègre nos partenaires de façon réinventée en optimisant leur visibilité de manière avant-gardiste.

- 30 -

Source : **Marie Julie Couturier**
Conseillère en communications, relations publiques et édition
418 641-6654, poste 5405
Mariejule.couturier@quebecregion.com