



# COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

## **Le Québec Authentique : image de marque renouvelée!**

Un tout nouveau magazine pour séduire les touristes étrangers

**Rawdon/Shawinigan, le 19 octobre 2012** - Le *Québec Authentique*, c'est le regroupement de deux régions à l'identité bien ancrée dans l'histoire de la Belle Province. Les régions touristiques de Lanaudière et de la Mauricie poursuivent leur offensive commune amorcée en 2008 en présentant aux touristes étrangers l'art de vivre « à la québécoise ». Cette démarche vise à favoriser la croissance de la clientèle étrangère dans nos entreprises touristiques par des actions de promotion et de commercialisation sur les marchés ciblés.

« Il y a maintenant 5 ans que les régions de Lanaudière et de la Mauricie ont commencé à travailler ensemble sur certains marchés internationaux. Le positionnement du Québec Authentique sur son marché primaire, l'Europe francophone, est aujourd'hui bien installé et il était temps de peaufiner son image, de la préciser » explique Anaïs Laurent, directrice marketing pour Tourisme Mauricie, au sujet de la nouvelle image plus moderne du Québec Authentique. Celle-ci correspond davantage à la réalité de la destination et à la diversité des expériences qu'elle a à offrir. Tous ces éléments se retrouvent dans ce nouveau logo et se déclinent dans les outils de promotion et publicité, dont la toute fraîche édition du magazine, grâce aux nouvelles couleurs du Québec Authentique.

**Lanaudière et la Mauricie, tricotées serrées** — Document de prestige présenté sous forme d'inspirations de voyages, le magazine *Québec Authentique* est distribué à 40 000 exemplaires aux réseaux de distribution, médias et consommateurs. Près de 75 % de la quantité produite est remise, à titre de magazine-souvenir, aux visiteurs étrangers lors de leur passage dans les entreprises. Ces derniers repartent dans leur pays et racontent leur voyage à leurs proches, magazine à l'appui. Contrairement à la version précédente qui présentait séparément Lanaudière et la Mauricie, la nouvelle mouture propose une destination unique, déclinée en huit grandes thématiques : hivers magiques, grande nature, villégiature, pourvoiries, culture autochtone, patrimoine, vie urbaine ainsi que terroir et douceurs.

Pour Denis Brochu, directeur général de Tourisme Lanaudière : « Cette nouvelle façon de faire démontre la maturité du regroupement. Nos membres et partenaires ont compris que le touriste étranger est beaucoup plus attiré par la découverte du Québec, tel qu'il l'a rêvé, que par les noms de nos régions respectives. Bien entendu, l'offre touristique de qualité, associée aux paysages de nos deux régions, se démarque largement par son authenticité et par la proximité des deux grandes portes d'entrée provinciales que sont Montréal et Québec. »

**Un coffre à outils bien garni** – Pièce maîtresse de la stratégie développée qui s'échelonne jusqu'en 2015, le magazine est un outil de marketing conversationnel extraordinaire, attrayant et séduisant. De nombreux autres moyens sont utilisés afin d'assurer le succès de cette démarche qui s'insère dans un plan d'affaires d'une valeur de 2,5 M\$. Des outils promotionnels via magazines, sites Web, médias sociaux et professionnels du voyage ainsi que de nombreuses actions de commercialisation, notamment par la présence de représentants à divers salons consommateurs et professionnels, sont prévus. Le *Québec Authentique* souhaite souligner la généreuse contribution de Développement économique Canada (DEC) qui finance le projet pour une valeur de 1,5 M\$.

**Des résultats probants** – « *Ce partenariat Lanaudière-Mauricie vient renforcer notre positionnement sur les marchés hors Québec. Concrètement, cela représente une hausse de l'affluence internationale supérieure à 5 % entre 2008 et 2010 pour nos deux régions. Nous visons une augmentation similaire d'ici à 2015.* », mentionne André Nollet, directeur général de Tourisme Mauricie.

De plus, Jacinthe Doucet, coordonnatrice des marchés hors Québec pour Le *Québec Authentique* ajoute : « *Depuis la mise en place de ce positionnement conjoint, nous pouvons palper la curiosité et l'intérêt marqué tant chez les producteurs de voyages que chez les médias. Confrontés à la crise économique qui sévit en Europe, à l'ardeur des nouvelles destinations concurrentes et à la recherche d'authenticité des visiteurs, la démarche se révèle d'autant plus pertinente. Nous offrons un concentré de qualité – que le meilleur! –, afin d'offrir à notre clientèle un séjour à la hauteur de ses attentes. Le Québec comme elle l'a rêvé!* ».

Parlant d'une seule et même voix, c'est finalement avec beaucoup de fierté que la présidente de Tourisme Lanaudière, madame Évangéline Richard, ainsi que le président de Tourisme Mauricie, monsieur Benoît Gauthier, ont tenu à rendre hommage aux entreprises qui composent l'offre touristique internationale du Québec Authentique. « *Ces leaders de notre industrie ont répondu à l'appel en s'engageant, encore une fois, dans cette démarche audacieuse. Grâce à eux, nous sommes fiers d'affirmer maintenir un positionnement international de haut calibre, d'être une destination québécoise réellement authentique!* »

Pour plus de détails, visitez le [www.quebecauthentique.com](http://www.quebecauthentique.com)!

- 30-

Contacts :

**Anaïs Laurent**

Directrice marketing  
Tourisme Mauricie  
1 800 567-7603 / 819 536-3334  
[alaurent@tourismemauricie.com](mailto:alaurent@tourismemauricie.com)

**Denis Brochu**

Directeur général  
Tourisme Lanaudière  
1 800 363-2788 / 450 834-2535  
[brochu@lanaudiere.ca](mailto:brochu@lanaudiere.ca)

Sources :

**Mélanie Marcouiller**

Agente de communication  
Tourisme Mauricie  
1 800 567-7603 / 819 536-3334  
[mmarcouiller@tourismemauricie.com](mailto:mmarcouiller@tourismemauricie.com)

**Jason Saunders**

Conseiller marketing  
Tourisme Lanaudière  
1 800 363-2788 / 450 834-2535  
[saunders@lanaudiere.ca](mailto:saunders@lanaudiere.ca)