

# CROISIÈRES



COMMUNIQUÉ  
Pour diffusion immédiate



Début d'une saison prometteuse  
pour les Croisières CTMA

## ET C'EST PARTI !

*Cap-aux-Meules, le 10 juin 2015* - Le CTMA *Vacancier* a quitté le port de Cap-aux-Meules à 7 h hier matin, pour son premier départ de la saison. L'été s'annonce prometteur, avec une **augmentation de 29 %** en comparaison à pareille date l'an dernier, ce qui représente **924 passagers de plus à ce jour**.

Avant d'entamer sa première semaine de croisière au départ de Montréal, le navire s'arrêtera dans le Vieux-Port de Québec aujourd'hui afin d'ouvrir ses portes au traditionnel souper de homard au profit de la Fondation Madeli-Aide. Le scénario sera répété jeudi soir à Montréal, pour un total de plus de 900 invités attendus. La CTMA est heureuse de contribuer à la réussite de ces événements en offrant gracieusement le navire et en rendant plus de 60 membres d'équipage disponibles pour préparer les soupers, accueillir et servir les invités.

### **Des thématiques qui mettent les Îles en valeur !**

La 14<sup>e</sup> saison de croisières s'amorcera sous la thématique *Les Îles gourmandes*. Le 12 juin, 271 passagers sont attendus pour ce premier embarquement. Le chef Léon Langford et toute la brigade des cuisines s'affaireront à leur faire découvrir les saveurs de la mer et du terroir madelinot.



La saison se poursuivra avec la thématique *Le Québec & ses richesses*, pour découvrir le patrimoine maritime de chez nous. Paul Daraïche et sa famille agrémenteront la thématique *Un air country*, sans oublier Brigitte Leblanc qui ajoutera une touche madelinienne à la croisière.

En septembre, les thématiques *Vins & fine cuisine* (avec escale à La Baie), *Cap vers l'Acadie* (avec escale à Havre-Saint-Pierre) et *Gastronomie du terroir* (avec escale à Trois-Rivières), viendront tour à tour divertir les passagers. Lors de chacune de ces croisières, on compte des invités madelinots, notamment un ambassadeur de la Fromagerie du Pied-de-Vent, Tante Emma, le groupe Suroît et la chef Johanne Vigneau.

### **Une campagne de promotion diversifiée**

Depuis l'automne dernier, l'équipe des Croisières CTMA avait pour objectif de faire rayonner les Îles et promouvoir la croisière partout au Québec. Que ce soit les salons promotionnels, une campagne télévisée sur différentes chaînes, des publicités dans les journaux, magazines et sur le Web, rien n'a été laissé au hasard. Un plan stratégique a été déployé afin d'être présent dans les médias les plus fréquentés par la clientèle cible : les babyboomers.

Grâce à la réalisation d'un tournage à la fin de la saison 2014, une nouvelle publicité télévisée et de nouvelles images photos ont été présentées lors de cette campagne. Tous ces éléments ont certainement contribué à convaincre les Québécois de choisir les Îles comme destination vacances cet été.

-30-

***Pour information ou demande d'entrevues :***

*Claudia Delaney*

*Responsable des communications & du marketing*

*claudia.delaney@ctma.ca | 418 986-6600 ou 418 905-2947*