

**Pour diffusion immédiate
CNW, Code 01****Une nouvelle image de marque touristique forte,
audacieuse et rassembleuse pour le Québec**

Sherbrooke, le 28 mai 2012. - C'est avec une grande fierté que la ministre du Tourisme, M^{me} Nicole Ménard, a dévoilé aujourd'hui la nouvelle image de marque touristique du Québec : *QuébecOriginal*. « Notre nouvelle image de marque est le reflet de ce que nous sommes. Le Québec est original de par sa culture francophone, par sa joie de vivre et par sa créativité », a souligné la ministre Ménard.

Pierre angulaire de l'ensemble des activités de promotion, puisqu'elle colore et appose son sceau sur chacune des actions réalisées, l'image de marque aura donc une influence déterminante sur les stratégies promotionnelles futures du ministère du Tourisme (MTO). Également, la plateforme a été conçue de façon à s'adapter à la multiplicité des canaux de communication actuels, qu'il s'agisse des appareils mobiles ou des différents médias et réseaux sociaux. De plus, le terme *Original* est utilisé avec la même signification dans huit langues.

Fruit d'une démarche rigoureuse de recherche, d'analyse, de consultation et de sondages auprès des clientèles issues des marchés prioritaires et des différents intervenants de l'industrie touristique québécoise, la nouvelle image de marque prend racine dans les grandes forces et traits distinctifs de la personnalité touristique du Québec, soit l'authenticité, la créativité et l'interaction avec la nature. « Pour imposer le Québec parmi les grandes destinations du monde, le ministère du Tourisme et ses partenaires multiplient les efforts de promotion à l'étranger et plus que jamais, nous sommes outillés pour positionner notre destination touristique sur l'échiquier international », a ajouté la ministre Ménard.

« Peu de campagnes dans le monde ont réussi à m'impressionner autant que la vôtre. Elle est énergique. Elle est originale. Elle vend votre destination comme un endroit différent et unique au monde et c'est exactement ce qu'il faut faire ». C'est en ces termes que M. Keith Bellows, rédacteur en chef du *National Geographic Traveler*, a décrit la nouvelle image de marque touristique du Québec.

La nouvelle image sera implantée progressivement dans les différentes activités promotionnelles du MTO et sera déployée dès l'automne 2012 sur les marchés internationaux.

Nouveaux marchés dans la mire du Ministère

Par ailleurs, en plus du Canada et des États-Unis, qui sont les deux premiers marchés hors-Québec, le ministère du Tourisme concentre ses efforts de promotion sur 16 pays qui génèrent près de 84 % des visiteurs étrangers, dont la France, troisième marché en importance pour le Québec, ainsi que le Royaume-Uni, l'Allemagne et le Mexique.

De plus, le Ministère a doublé ses investissements promotionnels pour développer le marché chinois. La ministre du Tourisme a dirigé une mission économique en Chine, en avril dernier, afin de renforcer les relations d'affaires avec le milieu touristique chinois et aussi pour appuyer les démarches d'Aéroports de Montréal pour l'obtention d'une liaison aérienne directe entre la Chine et Montréal.

Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 est accessible sur le site Internet du ministère du Tourisme du Québec à l'adresse suivante : www.tourisme.gouv.qc.ca/quebecoriginal.

- 30 -

Source :

Gabriela Quiroz
Attachée de presse
Cabinet de la ministre du Tourisme
418 528-8063