

COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

Lanaudière, encore et toujours « à mon goût » !

Repentigny, le 8 juin 2012 – Tourisme Lanaudière a donné aujourd'hui le coup d'envoi à son plan de mise en marché pour la saison estivale qui s'amorce. Au total, 440 000 \$ seront investis directement, par l'entremise de 10 actions marketing spécifiques visant différentes clientèles et marchés intra Québec. Élément central de cette stratégie, la campagne de promotion estivale « Lanaudière, c'est à MON goût » prévoit des investissements directs de plus de 246 000 \$, valeur média évaluée à 351 606 \$. La stratégie développée exploite différents médias, mais environ 33 % du budget total est tourné vers Internet. Le concept est en continuité avec les campagnes estivale et hivernale 2011-2012 et a pour but de permettre à Lanaudière de se démarquer de manière plus évidente par rapport à ses concurrents.

Sous la thématique « **Lanaudière, c'est à MON goût!** », la campagne promotionnelle été 2012 met directement à contribution les consommateurs en les invitant à composer eux-mêmes un forfait « à LEUR goût », au www.lanaudiere.ca, via un outil Internet interactif et dynamique permettant la sélection de forfaits en ligne. La campagne met en vedette de nombreux attraits touristiques et lieux d'hébergement tout en invitant la clientèle à séjourner dans Lanaudière. L'offre est déclinée en une quinzaine d'icônes d'activités et de types de clientèle à mettre dans sa valise! Cette approche amusante permet au visiteur de créer des forfaits en fonction de ce qu'il souhaite faire pendant ses vacances selon la sélection d'activités qu'il aura faite.

La campagne sera appuyée par de nombreuses actions dans les médias écrits, à la radio et, bien sûr, sur Internet. Une « brochure séduction » de 24 pages, tirée et encartée à 400 000 copies, déclinée en 5 thèmes : culture, plein air, détente, golf et saveur ainsi qu'un contenu Internet propre à la campagne serviront d'ancrage aux actions de promotion mises de l'avant.

En complément à ces investissements, Tourisme Lanaudière assure une présence de plus en plus importante sur les médias sociaux afin de s'adapter aux réalités d'aujourd'hui. D'ailleurs, un tout nouveau blogue, directement en lien avec le site Internet de Tourisme Lanaudière, présente les découvertes d'une équipe de neuf blogueurs qui sillonnent littéralement les routes lanaudoises, à la recherche d'idées de sorties à proposer. Déjà, cette stratégie innovatrice aura permis de faire augmenter de plus de 50 % l'achalandage du site Internet en mai dernier.

« Lanaudière, c'est une destination vacances étonnante et surprenante. Un secret peut-être encore trop bien gardé! Facilement accessible pour une très grande partie de la population québécoise, Lanaudière dispose d'atouts indéniables : richesses culturelles bordant le fleuve et la rivière des Mille-Îles, plaine regorgeant de produits du terroir, villes animées par des festivals exceptionnels, offre de plein air encadrée par des gens passionnés, sites de villégiature offrant des paysages d'une grande beauté entre lacs et montagnes... Quels que soient vos intérêts, Lanaudière peut certainement être « à votre goût! », a souligné Denis Brochu, directeur général de Tourisme Lanaudière.

Pour sa part, Évangéline Richard, présidente de l'organisation, considère la stratégie promotionnelle proposée comme étant dynamique et mobilisatrice, autant pour la clientèle que pour les entreprises touristiques qui y participent. *« Déjà, la participation record de 48 entreprises à cette campagne estivale représente un succès retentissant, démonstration évidente que l'offre touristique lanaudoise est en pleine expansion. Lanaudière a tout ce qu'il faut pour réussir et c'est par l'adhésion de nos membres à des actions regroupées que nous pourrons aller chercher de plus grandes parts de marché ».*

Rappelons que cette campagne représente l'élément central de plusieurs actions marketing ciblées : Guide touristique officiel, Chemin du Roy, Les Chemins de campagne, les pourvoiries, la carte quad et le Carnet

moto. La campagne promotionnelle estivale 2012 de Tourisme Lanaudière est amorcée depuis le 1^{er} mai et se prolongera jusqu'en septembre afin de favoriser l'augmentation de l'achalandage dans nos entreprises touristiques cet automne.

Cet été, Lanaudière c'est à MON goût!

- 30 -

Source : Andréanne Beaulieu

Agente de communication

Tourisme Lanaudière

beaulieu@lanaudiere.ca / 450 834-2535

Information : Denis Brochu

Directeur général

Tourisme Lanaudière

brochu@lanaudiere.ca / 450 834-2535