

Communiqué de presse
Pour publication immédiate

C'est l'heure de se sucrer le bec en Montérégie!

10^e édition de la campagne de promotion « L'érable, de la palette à la fourchette! »

Brossard, le 26 février 2015 – Avec l'hiver froid qui se terminera bientôt, l'arrivée du printemps se célèbre sans contredit en Montérégie avec l'ouverture des érablières et le début du très populaire temps des sucres! La Montérégie devient LA destination par excellence au Québec pour se sucrer le bec.

En collaboration avec **La Montérégie, le Garde-Manger du Québec**, Tourisme Montérégie est fière de faire la promotion de la campagne *L'érable, de la palette à la fourchette* et de son site thématique **macabaneasucre.com**. Cette campagne de promotion permet aux nombreux amateurs d'érable de l'apprécier sous toutes ses formes, dans les érablières et restaurants de la Montérégie.

La visite à la cabane : une activité traditionnelle incontournable

Plusieurs érablières s'unissent afin de faire vivre un moment inoubliable aux visiteurs qui choisissent la Montérégie pour une succulente escapade printanière. La Montérégie offre différents types de cabanes à sucre, de rustiques à modernes, pouvant accueillir de 100 à plus de 1000 personnes. Ces érablières sont dispersées à travers la région et sont facilement accessibles, peu importe la provenance des visiteurs. Les secteurs Suroît et Saint-Jean-sur-Richelieu et Région sont des endroits stratégiques pour trouver une érablière à votre goût.

D'autres sites participant à la campagne offrent des activités thématiques reliées à l'érable, ce qui permet de compléter une journée bien remplie. Par exemple, à La Maison amérindienne de Mont-Saint-Hilaire, vous pourrez rassembler une dégustation de repas à saveur amérindienne avec une animation sur l'origine autochtone du temps des sucres.

L'érable au menu dans des restaurants de la Montérégie

Neuf restaurateurs et chefs de la Montérégie se regroupent également pour vous concocter des menus à base d'érable. Chacun des chefs offre au minimum un plat à l'érable et plusieurs composent un menu complet où l'érable est présent à chaque service.

Ces chefs créatifs adapteront donc l'érable en fonction de leur spécialité respective, surprenant ainsi les épicuriens venus de partout pour apprécier leurs initiatives culinaires. Les amateurs de bonnes tables seront surpris par la subtilité et la versatilité de l'érable dans la cuisine de nos chefs. Les menus élaborés par nos chefs seront disponibles à partir du mois de mars, dans leur restaurant respectif, pour une période de quatre semaines.

Actions promotionnelles

Cette année, la campagne de promotion *L'érable, de la palette à la fourchette* est réalisée en collaboration avec La Montérégie, le Garde-Manger du Québec, partenaire important de Tourisme Montérégie. Pour Catherine Ladouceur du Garde-Manger du Québec, l'association avec Tourisme Montérégie est une association gagnante : « Nous sommes fiers de pouvoir collaborer avec Tourisme Montérégie ! En travaillant conjointement pour la promotion des entreprises agroalimentaires de la région, ce sont nos deux organisations et surtout les entreprises qui bénéficient du grand rayonnement de la campagne *L'érable, de la palette à la fourchette*. »

La campagne de promotion bénéficiera d'une belle présence sur **La Presse+** et dans le **Journal de Montréal** durant la période du temps des sucres en Montérégie. Également, un panneau numérique situé en plein cœur du centre-ville de Montréal fera la promotion du temps des sucres en Montérégie, en plus d'une campagne de publicité sur les ondes de **Boom fm Montérégie**.

Une importante stratégie web et réseaux sociaux est également prévue pour faire la promotion du site thématique **macabaneasucre.com** qui répertorie les partenaires de la campagne de cette année et qui donne de l'information pertinente sur l'érable.

Toutes ces actions de promotion visent à consolider la première position de la région en matière d'agrotourisme.

600 000 visiteurs par année viennent se sucrer le bec en Montérégie

Rappelons que la Montérégie se positionne bonne première avec 43 % du marché de l'agrotourisme au Québec avec près d'un million de visiteurs par année. Plus de 60 % des 930 000 personnes qui pratiquent une activité agrotouristique en Montérégie y retournent plus d'une fois par année, ce qui génère annuellement près de 3 000 000 visites. Le temps des sucres est le deuxième produit agrotouristique le plus couru en Montérégie avec près de 600 000 visiteurs.

Tourisme Montérégie est une association touristique régionale et est un organisme privé à but non lucratif qui regroupe près de 400 entreprises. Elle a principalement pour mission le développement, la promotion, l'accueil et l'information touristiques de la Montérégie.

La Montérégie, le Garde-Manger du Québec est la seule campagne régionale qui rassemble plus de 230 entreprises bioalimentaires de la Montérégie via le GardemangerduQuebec.ca. En se regroupant, il est plus facile de faire découvrir l'offre riche et variée des produits de la région et, ultimement, d'inciter les gens à consommer en Montérégie. Le projet régional est chapeauté par Expansion PME Montérégie Est, est soutenu par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) ainsi que la Conférence Régionale des Élus de la Montérégie Est (CRÉ).

- 30 -

Source :

Tourisme Montérégie

François Trépanier

Directeur des communications

Tél. : 1 866 469-0069, poste 2228

ftrepanier@tourisme-monteregie.qc.ca