

TOURISME GASPÉSIE PRÉSENTE : LA GASPÉSIE L'HIVER!

Pour diffusion immédiate

Mont-Joli, 10 décembre 2018 - Qu'ont en commun Martine, Marco, Mylaine et le clan Dionne? Ils profitent tous pleinement de l'hiver en Gaspésie !

Ces quatre groupes, représentatifs de nos clientèles cibles, ont pris d'assaut la Gaspésie l'hiver dernier le temps d'une fin de semaine, question de vivre pleinement l'une des 4 expériences qui englobent l'offre distinctive de la Gaspésie : la motoneige, le ski hors-piste, le plein air dans les Chic-Chocs et un séjour multi-activités en famille.

Mis en scène par Tourisme Gaspésie (TG), ils ont été suivis tout au long de leur aventure. « *Nous désirons aller plus loin que le simple fait de mettre de l'avant un argument de marque ou de produit. Nous voulons capter l'attention et susciter l'émotion. L'option du Storytelling s'est naturellement présentée à nous. Pour chacun des groupes, nous avons créé des mini-films pour faire vivre les expériences à nos clientèles cibles en s'assurant d'inclure les piliers identitaires de la destination* », explique Stéphanie Thibaud, directrice marketing de Tourisme Gaspésie.

À travers ces histoires, TG désire rejoindre une clientèle ciblée et démontrer pourquoi les amateurs de sports d'hiver ont avantage à se déplacer pour vivre l'hiver en Gaspésie, tout en faisant valoir le dynamisme et l'accessibilité de la destination.

Pour cette 4^e année, c'est plus de 120 000 \$ qui sont investis pour accroître la notoriété et l'achalandage de la destination en hiver et qui comprend entre autres:

- Pages de destination sur le site Web pour l'hiver tourisme-gaspesie.com et la motoneige tourisme-gaspesie.com/motoneige
- Publicité TV
- Publicité Web
- Stratégie de contenu incluant blogue, médias sociaux, influenceurs et relations publiques
- Salons motoneige et présence au magasin MEC de Québec
- Brochure hiver et carte motoneige
- Publi-reportage et placements dans des magazines spécialisés

et bien plus!

Assurément, la campagne de TG répond à la question : Pourquoi la Gaspésie l'hiver? On y met en valeur l'abondante poudreuse, les montagnes à perte de vue et la mer à l'horizon en plus des activités multiples. À nous d'en profiter, il y a tant de choses à faire. Allons jouer dehors et découvrons ce terrain de jeu exceptionnel !

De plus, Le Québec maritime poursuit ses efforts de promotion de la Gaspésie sur les marchés hors Québec. En partenariat avec la SEPAQ et le Chic-Chac, les Chic-Chocs sont mis en valeur dans une offensive incluant placements numériques, salons et relations de presse, alors que le produit motoneige est promu à travers des salons, des placements numériques, de relations de presse et une participation à la campagne de QuébecOriginal. Dans les deux cas, la majorité des actions sont tournées vers les marchés limitrophes du Canada et des États-Unis. Les activités hivernales de la Gaspésie font aussi l'objet de promotions sur l'Europe francophone.

Rendez-vous sur la chaîne YouTube de Tourisme Gaspésie pour visionner les vidéos :

- [Martine et cie tracent les Chic-Chocs](#)
- [Le clan Dionne joue dehors](#)
- [Marco et ses chums en roadtrip motoneige](#)
- [La gang à Mylaine à l'assaut de la poudreuse](#)



À propos de Tourisme Gaspésie

Tourisme Gaspésie regroupe plus de 700 membres. Depuis 1978, sa mission est de positionner la Gaspésie comme destination touristique d'envergure afin d'assurer à l'industrie un essor économique rayonnant sur toute la région. Le Québec maritime positionne la Gaspésie et l'Est du Québec sur les marchés hors-Québec.

-30-

Source : Christine St-Pierre
Responsable des communications
418 775-2223 poste 228

Pour information : Stéphanie Thibaud
Directrice marketing
418 775- 2223 poste 226

Consultez notre page média pour photos et logo : <https://www.tourisme-gaspesie.com/medias.html>