



Le Québec maritime est le partenaire de
Tourisme Gaspésie pour la promotion hors Québec.

Mission du Québec maritime

Promouvoir et commercialiser, sur les marchés hors Québec, les régions et les entreprises touristiques du Bas-Saint-Laurent, de la Gaspésie, de la Côte-Nord et des Îles de la Madeleine afin d'attirer un nombre accru de voyageurs internationaux, et ce, en toute saison.

UN PROGRAMME DE COMMERCIALISATION POUR LES ENTREPRISES TOURISTIQUES SUR LES MARCHÉS HORS QUÉBEC

POUR QUI?

Les entreprises touristiques qui désirent accroître leur visibilité sur les marchés hors Québec et augmenter leurs retombées en ciblant de nouvelles clientèles.

LES PARTENAIRES

Développement économique Canada, Parcs Canada, la Sépaq, la Société des traversiers du Québec et près de 200 entreprises associées.

AVANTAGES RÉSERVÉS AUX ENTREPRISES ASSOCIÉES

- Visibilité sur le site Web : quebecmaritime.ca
- Représentation dans les bourses, salons, missions et lunchs de presse touristiques sur les marchés étrangers
- Représentation auprès de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec
- Mise en contact avec des intervenants-clés du réseau de distribution des voyages
- Possibilité d'accueillir des voyageurs et des médias en tournée de familiarisation
- Invitation à des formations et des événements spéciaux organisés par Le Québec maritime
- Opportunités de partenariats et de placements média à tarifs réduits
- Services-conseils et outils d'information pour développer les marchés hors Québec
- Accès à la revue de presse en ligne via la médiathèque : mediathequeqm.ca

STRATÉGIE MARKETING 2018-2021

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Faire de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec* (Alliance) un agent facilitateur, un partenaire, un collaborateur

Revoir les réseaux d'influence du Québec maritime pour mieux rejoindre et inspirer la clientèle cible

Repenser la mise en marché des produits dans une perspective globale d'expériences

* Mandatée par Tourisme Québec pour assurer la promotion du Québec, l'Alliance regroupe les Associations touristiques régionales (ATR) et les Associations touristiques sectorielles (ATS).

STRATÉGIE MARKETING 2018-2021

POSITIONNEMENT CE QUI NOUS DISTINGUE



MARCHÉS ET PROFILS DE CLIENTÈLES VISÉS : LES VOYAGEURS EXPÉRIMENTÉS

MARCHÉS DE PROXIMITÉ

Canada – Ontario et provinces maritimes
États-Unis – Nouvelle-Angleterre et Atlantique-Centre

1. Voyageurs à la recherche d'évasion à des prix abordables / Envie de décompresser et de se retrouver avec la nature
2. *Trippoux* de motoneige ou de moto à la recherche de grands espaces à explorer

MARCHÉS OUTRE-MER

France et Europe francophone
Allemagne

1. Voyageurs expérimentés amateurs de grands espaces et de culture qui sont à la recherche d'expériences authentiques
2. Voyageurs expérimentés amateurs de plein air qui sont à la recherche d'authenticité et souhaitent vivre des expériences hors des sentiers battus

MARCHÉS ÉMERGENTS

Mexique
Chine

1. Clientèles qui s'intéressent aux principaux attraits du Québec présents dans le Québec maritime (ex. : baleines, rocher Percé)
2. Clientèles qui souhaitent s'initier aux voyages d'aventure

CANAUX DE COMMUNICATION

RÉSEAU DE DISTRIBUTION DES VOYAGES (B2B)

- Activités de représentation et de commercialisation
- Tournées de familiarisation
- Outils d'information dédiés aux voyageurs (site Web, infolettre, etc.)
- Participation aux activités de commercialisation de l'Alliance dans le cadre des expériences Saint-Laurent, aventures en nature, traditions autochtones

RELATIONS DE PRESSE (B2M)

- Activités de représentation et de relations de presse
- Tournées de presse
- Outils d'information dédiés aux médias (site Web, pochette de presse, infolettre, etc.)
- Participation aux activités de presse de l'Alliance dans le cadre des expériences Saint-Laurent, aventures en nature, traditions autochtones, saveurs locales

ACTIONS VISANT LES CONSOMMATEURS (B2C)

- Campagne publicitaire Québec côté mer / *Québec by the sea* sur le marché nord-américain (printemps, été, automne)
- Activités de promotion en France et en Europe francophone (toute l'année)
- Offensives promotionnelles pour le mototourisme, la motoneige et le ski de montagne
- Stratégie de contenu sur tous les marchés cibles
- Participation aux campagnes de promotion QuébecOriginal (Saint-Laurent, observation des baleines, aventures en nature, motoneige, traditions autochtones, lâcher prise)

Pst! Pour plus d'information sur le Québec maritime, rendez-vous à quebecmaritime.ca/entreprises-touristiques.