
Campagne été 2022



AVRIL 2022

Campagne été 2022

Mise en contexte :

Fort des apprentissages des stratégies adoptées l'été et l'hiver derniers, Tourisme Centre-du-Québec vous propose une campagne pour **l'été 2022** avec une certaine continuité des actions ayant connues de bonnes retombées, mais aussi de nouveaux éléments.

Notre stratégie s'inspire toujours du **Plan de relance** élaboré en collaboration avec *Raymond Chabot Grant Thornton*, mais elle tient compte de l'évolution de la situation pandémique et de l'impact de l'actualité mondiale sur le milieu touristique.

Nous positionnerons une région *accessible, débordante d'activités et de plaisirs*. Nous miserons sur notre offre d'activités de **plein air**, de découvertes de routes et circuits dont la **Route des Navigateurs** pour des escapades **en vélo, en moto et en auto**. Nous insisterons également sur la qualité de notre divertissement **culturel** et notre savoir-faire **gourmand** avec une présence prépondérante à l'authenticité du berceau de la **poutine**. Nous proposerons aux clientèles de proximité mais également des marchés du Québec, de l'est des États-Unis, de l'Ontario et de l'ouest du Canada une offre de séjour autant de villégiature qu'en milieu urbain.

La diversité de l'offre touristique de la région Centre-du-Québec sera mise en valeur grâce à votre collaboration.

Campagne été 2022

Objectifs de la campagne :

Par cette campagne, Tourisme Centre-du-Québec souhaite :

1. Positionner la région comme une destination de découvertes multiples et accessible pour des escapades, de courts et moyens séjours en toute simplicité
2. Inciter les clientèles à découvrir ce qui se cache au-delà de l'autoroute 20, des lieux d'évasion au cœur de paysages saisissants (plaines du St-Laurent au contrefort des Appalaches)
3. En plus de maintenir la destination présente dans la tête des visiteurs actuels et potentiels, l'inscrire dans la liste des destinations à privilégier à l'été 2022



Campagne été 2022

Date de la campagne :

De mai à août 2022

Slogan : Décroche ICI

Moyens retenus :

Nouvelle brochure d'inspirations Été / Automne 2022

- Nouvelle approche d'un guide d'inspiration sur les séjours été / automne au Centre-du-Québec
- Quantité : 40 000 (30 000 en français et 10 000 en anglais)
- 64 pages, format digest
- Distribution : lieux d'accueil (+ Madrid 2.0 et Halte touristique de Villeroy) et entreprises de la région, réseau de présentoirs régional, sur demande (site web)

Nouvelles capsules vidéos sur un ton humoristique

- 2 messages de 15 sec.
- Diffusion : Télévision sur Radio-Canada et TVA, numérique sur radiocanada.ca, tou.tv, YouTube, Instagram et Facebook



Campagne été 2022

Moyens retenus :

Placements « Quoi faire au Québec » (EAQ) :

- Sites Quebecvacances.com + Quebecgetaways.com (reportage et campagne thématique)
- Bulletin « Quoi faire au Québec » (180 000 abonnés)
+ infolettres dédiées (50 000 abonnés en français / 20 000 en anglais)
- Web magazine « Quoi faire au Québec » - La région et ses 4-5 incontournables
- Landing page : Destination à explorer
- Publications payantes Facebook (3 semaines)

Plans partenaires Alliance – Salut bonjour, Québec (2 dates à confirmer) :

- Création d'un RDV touristique dans une émission à grande écoute (près d'un million de téléspectateurs hebdomadaires)
- 1 segment Télé (3 min.) mettant en valeur 3 attraits avec Guillaume Duranceau Thivert
- Bandeau éditorial et photos et/ou vidéo
- Publication médias sociaux (Facebook + Instagram)
- Rédaction d'un contenu Hublo sur la plateforme Web du Journal de Montréal

Plan partenaires Alliance – Ici, les vacances (radiocanada.ca + cbc.ca)

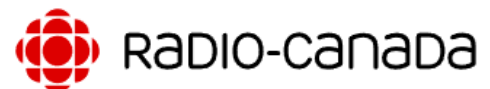
- Création de contenu sur les 2 plateformes Web
- Publication médias sociaux et amplification



Campagne été 2022



Moyens retenus :



Campagne télé et numérique – Radio-Canada :

- FPOE (31 mai) bannières à l'entrée du site radiocanada.ca, peu importe la porte d'entrée (1 045 000 impressions)
- Diffusion messages 15 secondes (70 % en pointe) – Radio-Canada + RDI
- Possibilité de capsule 15 secondes à l'agenda culturel – Bonsoir Bonsoir + publication Facebook
- 697 587 impressions billboard, îlot, double îlot, bannière mobile, vidéo (radiocanada.ca/tou.tv)
- Marché : Centre-du-Québec/Estrie, Montérégie, Mauricie, Québec, Ottawa/Gatineau, Saguenay, Rimouski/Rivière-du-Loup
- 2 périodes : 30 mai au 12 juin et 27 juin au 10 juillet

Campagne télé – TVA :

- Diffusion messages 15 secondes – placements dans Salut Bonjour, Sucre Salé et La Belle Tournée
- Marché : Montréal, Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières
- Période : 23 mai au 20 juin



Campagne été 2022

Moyens retenus :



Campagne Saveurs locales – Alliance / DEC :

- Partenariat de contenu – Globe and Mail, amplification médias sociaux, bannières Web, pleine page Bonjour Québec - magazine Food & Drink
- Marché : Ontario
- Période : Juin à août



Campagne Vivre le Saint-Laurent – Alliance / DEC :

- Partenariat de contenu – TripAdvisor + Outside, amplification médias sociaux, bannières Web, infolettres
- Marché : Ontario et Nord-est des États-Unis
- Période : Mai à fin septembre

Tournée Alex & MJ On the go :

- Diffusion de la vidéo tournée à l'été 2021
- Tournage d'une nouvelle vidéo pour diffusion à l'été 2023



Campagne été 2022

Moyens retenus :

Lancement de l'Expérience Poutine :

- Création d'une section poutine ludique sur le site TCDQ
- Affichage à valeur ajoutée dans la section – Trio et jeu-questionnaire
- Campagne de relations de presse, médias sociaux

Carte routière et touristique :

- 2^e édition
- Distribution (10 000 exemplaires) dans les lieux d'accueil, les entreprises de la région et sur demande

Appui au Rabais Attrait :

- Transition vers un projet régional pour 2023

Bonjour région – MTO :

- Collaboration à la campagne de communication pour l'intégration du Bonjour Québec | Bonjour Centre-du-Québec
- Publication d'un écran dans La Presse + (16 juillet)



bonjour
québec

Campagne été 2022

Moyens retenus :

Campagne Route des Navigateurs (T. Chaudière-Appalaches + T. Bas-Saint-Laurent) :

- Distribution de la brochure 2^e année – demandes web
- Promotion de la Vidéo réalisée par Go-Van (Julien Roussin Côté) – 2^e année
- Placements Facebook + Instagram, Google Display
- Infolettres (18 000 abonnés)
- Billets de blogue, Top idées et itinéraires



Campagnes collectif Québec à moto (8 régions) :

- Infolettres (9 785 abonnés)
- Publications Facebook
- Placements Adwords – Tourisme Centre-du-Québec
- Billets de blogue – Tourisme Centre-du-Québec
- Tournée médias - Chicks And Machines – Tourisme Centre-du-Québec



Campagne vélo :

- Distribution carte – réseau boutiques de sports À l’Affiche
- Placements Adwords
- Publications Facebook VéloCentreduquebec
- Infolettres Vélo Mag (2 capsules éditoriales)
- Poursuite de la collaboration avec Voyager à vélo pour le transport de bagages – forfait régional 3 et 4 jours
- Collaboration avec Tourisme Montérégie pour le circuit Le Grand Tour reliant Granby, Acton Vale et Sorel-Tracy à Drummondville

Campagne été 2022

Moyens retenus :

Relations publiques :

- Communiqué de campagne
- Tournées influenceurs et médias en collaboration avec l'Alliance

Création du page d'atterrissage (landing page)

- *Tous les partenaires de la campagne se retrouveront sur une page d'atterrissage (landing page).*
- *Ils disposeront d'un texte (50 mots) avec photo et redirection vers leur site respectif.*
- *Cette page sera en pop up d'ouverture sur le site tourismecentreduquebec.com.*

Appuyée de placements sur des plateformes numériques :

- Google Adwords

Et de placements payants et organiques sur les plateformes de TCDQ :

- Publications Facebook, Instagram, YouTube
- Infolettre TCDQ (+ de 13 000 abonnés)
- Billets de blogue

Campagne été 2022

Marchés prioritaires ciblés :

- ✓ Centre-du-Québec
- ✓ Cantons-de-l'Est
- ✓ Montérégie
- ✓ Mauricie
- ✓ Chaudière-Appalaches
- ✓ Québec
- ✓ Montréal
- ✓ Gatineau
- ✓ Saguenay
- ✓ Rimouski/Rivière-du-Loup

Budget total :

+ 250 000 \$

Sources et répartitions :

- ATR : + 200 000 \$
- Milieu : 50 000 \$



Campagne été 2022

Comment obtenir de la visibilité dans cette campagne ?

ACTIONS	VISIBILITÉ	TARIFICATION
Landing page de campagne « Décroche ICI »	Partenaires de cette campagne	Inclus lors de l'achat d'un placement de cette campagne ou 150 \$
Quoi faire au Québec (Web magazine, Reportage quebecvacances.com/ quebecgateway, Landing page, Infolettre)	4 incontournables 6 coups de cœur	600 \$ 250 \$
Salut bonjour, Québec (2 chroniques) + Hublo/Journal de Montréal	3 incontournables/chronique	1 700 \$
Affichage site TCDQ – section Forfaits et rabais	Fiche section Forfaits et coupons rabais	65 \$ / forfaits ou rabais / 6 mois
Campagne Adwords (mai à début septembre)	Publication landing page (texte de 50 à 75 mots, URL et 1 photo)	.50 \$ du clic sur votre annonce, maximum de 250 \$
Publication médias sociaux – Facebook + Instagram	Publications sponsorisées sur les 2 plateformes en même temps de mai à début septembre	150 \$ / 4 jours

Campagne été 2022

Comment obtenir de la visibilité dans cette campagne ?

ACTIONS	VISIBILITÉ	TARIFICATION
Agenda culturel (Émission Bonsoir Bonsoir, Radio-Canada)	1 partenaire	4 500 \$
Campagne TVA (diffusion de votre propre message 15 secondes)	3 partenaires	10 000 \$ et +
8 infolettres (2 en mai, 2 en juin, 2 en juillet, 2 en août)	3 incontournables/infolettre	200 \$ / envois
Affichage section dédiée à l'Expérience poutine – site TCDQ	Intégration au trio et jeu-questionnaire	65 \$
Affichage dans les sections moto, vélo du site TCDQ	Votre fiche associée à « Explorer l'offre » (photo et titre)	65 \$ / produit

Campagne été 2022

Pour réserver votre place, veuillez compléter le formulaire ci-joint : Contrat campagne été 2022.

Vous avez des questions, n'hésitez pas à communiquer avec

Céline Rousseau

crousseau@tourismecentreduquebec.com

819 364-7177 poste 304

Bonne saison estivale 2022!