

Pour diffusion immédiate

## **CAMPAGNE PROMOTIONNELLE 2024 DE TOURISME GASPÉSIE S'adapter, collaborer et saisir les opportunités**

**Mont-Joli, le 23 avril 2024** — C'est avec détermination que Tourisme Gaspésie (TG) lance sa campagne promotionnelle pour le printemps, l'été et l'automne 2024 signée pour une troisième année « L'extraordinaire. Simplement. ». Depuis le 2 avril dernier et d'ici octobre, 800 000 \$ seront consacrés à diverses initiatives de marketing touristique ciblant les populations du Québec et des Maritimes. L'ambition est de maintenir l'intérêt envers la région, de surprendre et d'inciter à planifier un séjour en Gaspésie.

Considérant le contexte économique actuel au Québec et consciente des effets que cela peut engendrer sur les perspectives de voyages pour la saison à venir, Tourisme Gaspésie a adapté ses stratégies de façon à multiplier les opportunités. Ainsi, 10 % du budget sera alloué au **marché des Maritimes** et, en nouveauté cette année, une portion des placements ciblera spécifiquement **les clientèles du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie** pour les inciter à planifier des séjours à proximité de chez eux. De plus, la campagne comprend une **offensive printanière** pour faire connaître les activités offertes en avril et mai de même qu'une **offensive automnale** pour susciter les séjours de la fin août à la mi-octobre. Celles-ci démontrent les possibilités d'escapades, tout en contribuant aux efforts d'allongement de la saison touristique.

Découlant du plan marketing de la destination 2023-2026, la campagne 2024 a également pour objectif de favoriser la répartition des flux touristiques dans la région et de créer une meilleure représentativité territoriale. À cet effet, 15 % des investissements sont consacrés cette année à la **promotion des différentes régions** de la Gaspésie avec, entre autres, le retour de la campagne collaborative où les huit MRC et organismes de promotion du territoire injectent conjointement 47 500 \$, montant qui sera doublé par TG et investi dans des placements ciblés.

« La saison touristique approche à grands pas et, plus que jamais, il est important d'être proactif pour positionner la destination Gaspésie en vue des vacances estivales. Tourisme Gaspésie orchestre une campagne à grand déploiement pour attirer l'attention et faire parler de la destination. Mais gardons en tête que dans le contexte actuel, rien n'est acquis et que toute l'industrie a un rôle à jouer. Nous sommes certains qu'en unissant nos forces, la Gaspésie saura tirer son épingle du jeu », souligne Stéphanie Thibaud, directrice marketing et communication pour Tourisme Gaspésie.

## LA CAMPAGNE EN BREF

- Plus de 70 millions d'impressions dans des médias ciblés dans des formats tels que des bannières Web, des publicités télévisuelles, des commandites d'émissions et des imprimés, avec une prédominance de contenu
- Une campagne collaboration avec les organismes de promotion du territoire pour mettre en valeur les régions incluant [pages Web](#) et bannières publicitaires
- Des relations publiques et séjours médias, dont un projet spécial avec Geneviève O'Gleman
- Un salon consommateur dédié au plein air en compagnie de huit partenaires
- Des plateformes (site Web [tourisme-gaspesie.com](http://tourisme-gaspesie.com), comptes médias sociaux, infolettre) mises à jour en continu et animées grâce à une stratégie de contenu et 4 [vidéos](#) promotionnels
- Et bien plus!

## PROMOTION DE LA GASPÉSIE SUR LES MARCHÉS HORS QUÉBEC

Grâce à un budget annuel de 2,4 M\$, Le Québec maritime met en œuvre une stratégie qui conjugue relations de presse, représentation auprès du réseau de distribution des voyages ainsi que campagnes publicitaires visant les marchés cibles les plus porteurs. La campagne promotionnelle « En route to » a démarré le 26 février dernier et vise à attirer des voyageurs et de voyageuses de l'Ontario et du nord-est des États-Unis, que ce soit tôt en saison, en été ou à l'automne. Elle mise sur des images fortes et des messages inspirants qui seront diffusés dans des médias ayant fait leurs preuves en matière de performance et de retour sur l'investissement. La Gaspésie est aussi promue sur le marché de l'Europe francophone avec une importante offensive qui mise sur la création et la diffusion de contenus, en plus de faire partie de diverses initiatives d'envergure, notamment les campagnes de promotion signées Bonjour Québec.

## À PROPOS DE TOURISME GASPÉSIE

Tourisme Gaspésie est un organisme de promotion et de développement économique qui regroupe plus de 650 entreprises et organismes œuvrant dans l'industrie du tourisme en Gaspésie. Partenaire privilégié du ministère du Tourisme et faisant partie des 21 Associations touristiques régionales (ATR) du Québec, sa mission est de mobiliser, représenter, soutenir et promouvoir l'industrie touristique de la Gaspésie sur le marché du Québec et des maritimes. Complémentaire, Le Québec maritime positionne les régions de l'Est du Québec, dont la Gaspésie, sur les marchés hors Québec en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.

-30-

### Pour information :

Judith Kilgour, coordonnatrice communications  
418 775-2223 poste 236  
[jkilgour@tourisme-gaspesie.com](mailto:jkilgour@tourisme-gaspesie.com)

Visitez le [tourisme-gaspesie.com/medias](http://tourisme-gaspesie.com/medias) pour des photos et logos.