TOURISME GASPÉSIE | VOTRE PARTENAIRE INCONTOURNABLE

CAMPAGNE PROMOTIONNELLE

HIVER 2026-2027

Cet hiver, Tourisme Gaspésie déploie un ensemble d'actions pour faire connaître les expériences offertes dans la région et inciter les visiteurs à y séjourner. Dans la continuité de « L'Extraordinaire. Simplement. », la campagne combinera publicités numériques, médias sociaux, relations de presse, contenus inspirants et présence en salon consommateurs.

Cette campagne valorise les expériences qui distinguent la Gaspésie, tout en montrant les différentes façons d'en profiter : une aventure en montagne, un séjour à motoneige, une escapade de plein air ou quelques jours de détente combinés à des activités culturelles et des découvertes gourmandes.

BUDGET GLOBAL

400 000 $

DE NOVEMBRE 2026
À LA FIN MARS 2027

NOS OBJECTIFS

En cohérence avec le plan marketing de destination 2026-2030, voici les objectifs.

- Renforcer l'attractivité de la Gaspésie comme destination hivernale.
- Générer des séjours et contribuer à l'augmentation des nuitées.
- Faire découvrir l'offre diversifiée, sur l'ensemble de la saison.
- Faciliter la planification grâce à des contenus utiles et pertinents.
- Optimiser les investissements et coordonner les efforts avec les partenaires.



© Dany Vachon

UN DÉPLOIEMENT AU FIL DES SAISONS

Les messages varient en fonction du moment de la saison et seront ajustés selon l'enneigement et l'offre accessible, sans oublier d'aussi valoriser les expériences qui dépendent moins des conditions hivernales.

NOVEMBRE À LA MI-DÉCEMBRE

Inspirer, faire connaître l'offre et encourager la planification, notamment des séjours à motoneige.

MI-DÉCEMBRE À LA MI-FÉVRIER

Soutenir les décisions de séjour en valorisant les expériences et les conditions du moment.

MI-FÉVRIER À LA FIN MARS

Stimuler les escapades, promouvoir la relâche et prolonger la saison hivernale.

LES MARCHÉS ET LES CLIENTÈLES CIBLÉS

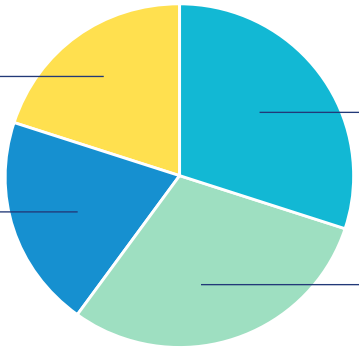
Les investissements de la campagne média se concentrent sur quatre marchés prioritaires.

MONTRÉAL ET ENVIRONS

20 % | Attirer des visiteurs susceptibles de séjourner plusieurs nuits.

NOUVEAU-BRUNSWICK ET NOUVELLE-ÉCOSSE

20 % | Consolider notre présence auprès des clientèles de proximité hors Québec.



QUÉBEC ET CHAUDIÈRE-APPALACHES

30 % | Favoriser les séjours auprès d'un marché de proximité à fort potentiel.

BAS-SAINT-LAURENT ET GASPÉSIE

30 % | Stimuler les escapades et les courts séjours.

Le ciblage repose principalement sur les motivations des visiteurs: passionnés de montagne et de motoneige, amateurs de plein air, personnes en quête de détente et voyageurs à la recherche d'une escapade hivernale.

Les contenus publicitaires sont diffusés en français et en anglais selon les marchés et les placements.

LES EXPÉRIENCES MISES DE L'AVANT

SKI ET MONTAGNE | Ski hors-piste, ski de randonnée et ski alpin

MOTONEIGE | Réseau de sentiers, circuits, relais et hébergements adaptés

PLEIN AIR HIVERNAL | Raquette, ski de fond, fatbike, marche avec crampons et observation de la nature

VILLÉGIATURE ET BIEN-ÊTRE | Chalets, auberges, hébergements insolites, spas et séjours de détente

CULTURE, SAVEURS ET ART DE VIVRE | Sorties culturelles, événements, découvertes du patrimoine, gastronomie et produits régionaux pour enrichir les séjours, selon l'offre accessible en hiver











Photos 1, 2, 3 et 5 : Dany Vachon, photo 4 : Jeanne Rondeau-Ducharme

DES ACTIONS DE PROMOTION COMPLÉMENTAIRES

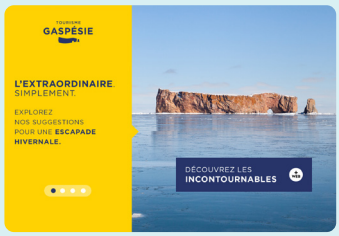
UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE NUMÉRIQUE

Réalisée avec le support de l'agence Jungle, la campagne média combine vidéos sur YouTube et télévision connectée, publicités numériques et placements auprès de médias comme La Presse, Québecor, Fédération des clubs de motoneigistes du Québec (FCMQ), Géo Plein Air et MétéoMédia.

Des formats de grande visibilité et des contenus de type publireportage font découvrir la destination. D'autres placements invitent les personnes intéressées à poursuivre leur planification sur notre site Web. La publicité comprend du reciblage, ce qui permet de rejoindre les internautes ayant déjà manifesté un intérêt pour la Gaspésie.

Tourisme Gaspésie est également partenaire Or de la campagne «Ski Destinations» de l'Association des stations de ski du Québec (ASSQ), aux côtés du Bas-Saint-Laurent, pour promouvoir nos stations de ski et encourager les séjours auprès des clientèles du Québec et des Maritimes.

En fin de saison, certains placements seront déclenchés selon les conditions météo pour stimuler les escapades auprès des clientèles à proximité.





© Dany Vachon





© Sarah Warren

DES CONTENUS POUR INSPIRER ET INFORMER

Nos médias sociaux, notre blogue et nos infolettres proposent des idées de séjours, des suggestions de sorties et de l'information pratique. Les contenus sont ciblés en fonction de la saison et des conditions: premières neiges, ouverture des stations de ski, événements, relâche et possibilités de séjour en mars, etc.

Les six caméras en direct et les stations météo du territoire seront mises à contribution pour montrer les conditions d'enneigement sur les sites équipés et faciliter la planification.

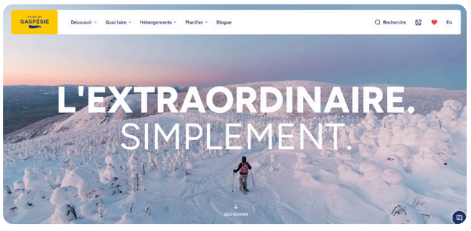
Les vidéos de la websérie «Les Coulisses de la Gaspésie», les contenus de séjours antérieurs de créateurs de contenu et les images disponibles seront réutilisés pour prolonger leur portée. Un projet de production de contenu de type UGC sera également à l'essai cet hiver afin d'évaluer le potentiel de cette approche en vue des prochaines saisons.

Une campagne Meta (vidéos et carrousels des produits hiver) ainsi que des annonces Google et Demand Gen visent à inciter les internautes à visiter notre site Web et à optimiser les vues de vidéos.

UN SITE WEB AU CŒUR DE LA PLANIFICATION

Le site Web de Tourisme Gaspésie est le point de rencontre des différentes actions de promotion. Les visiteurs y seront dirigés pour découvrir les expériences, explorer les hébergements et les activités, consulter les conditions et trouver les informations utiles à leur séjour.

Les contenus et les pages vers lesquels les publicités dirigent les visiteurs seront adaptés aux expériences promues et à la période de la saison.



DES RELATIONS DE PRESSE ET DES SÉJOURS MÉDIAS

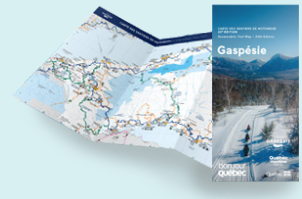
Les actions de relations de presse débutent avec la Bourse des médias en novembre et se poursuivront tout au long de la saison afin de mettre en valeur les nouveautés et l'offre hivernale.

L'accueil de médias, de personnalités publiques et des collaborations avec des professionnels de la création de contenu sont prévus pour faire connaître les expériences ski hors-piste, motoneige, plein air et villégiature. Ces séjours permettent de rejoindre des clientèles complémentaires et d'alimenter nos plateformes avec des expériences vécues sur le territoire.



© The Storytellers MTL





UNE PRÉSENCE EN SALON CONSOMMATEURS ET UNE PROMOTION CIBLÉE AUPRÈS DES MOTONEIGISTES

Tourisme Gaspésie, en collaboration avec des partenaires et des clubs de motoneige, participe au Salon de la motoneige et du quad de Québec au Centre de foires d'ExpoCité du 6 au 8 novembre 2026. Cette présence permet de rencontrer les passionnés, de promouvoir les circuits et de distribuer la nouvelle carte des sentiers de motoneige.

La carte sera également mise de l'avant sur nos plateformes, dans notre infolettre et grâce à des placements sur des plateformes spécialisées en motoneige, dont celles de la Fédération des clubs de motoneigistes du Québec (FCMQ). Cette promotion permettra de rejoindre directement cette clientèle et de l'encourager à planifier un séjour en Gaspésie.

DES CAMPAGNES AVEC LES PARTENAIRES TERRITORIAUX

Des campagnes parapluies avec La Matanie, La Matapédia et La Haute-Gaspésie compléteront la promotion régionale. Elles mettront en valeur leurs expériences hivernales auprès des clientèles ciblées, en cohérence avec la campagne de Tourisme Gaspésie.



SUIVRE LES RÉSULTATS ET AJUSTER LES ACTIONS

La performance est suivie à partir des visites générées vers le site Web, de l'engagement envers les différents contenus, des commandes de cartes de sentiers de motoneiges et des retombées médiatiques.

Ces résultats permettront d'ajuster les actions en cours de campagne, en tenant compte des conditions et des occasions de promotion.

FAIRE RAYONNER LA DESTINATION ENSEMBLE

Vous êtes invités à contribuer à la promotion de la destination en relayant les contenus de Tourisme Gaspésie et en nous transmettant vos nouveautés, événements et informations utiles. Ces échanges permettront d'alimenter la promotion avec une offre à jour et de multiplier les occasions de découvrir la Gaspésie en hiver.