

## CAMPAGNE PROMOTIONNELLE PRINTEMPS, ÉTÉ ET AUTOMNE 2025

### PLAN MARKETING 2023-2026

Cette campagne s'inscrit en continuité du Plan marketing de la destination 2023-2026 et vise à optimiser les retombées des actions promotionnelles.

Pour plus d'informations sur la stratégie marketing, consultez le Plan marketing 2023-2026 sur l'Espace membre.

Le Québec maritime assure la promotion des régions de l'Est-du-Québec sur les marchés hors Québec. Consulter leur plan marketing pour connaître la stratégie promotionnelle pour ces marchés.

**1,3 M\$**  
INVESTIT POUR 2025

### OBJECTIFS MARKETING & MÉDIAS

- Maintenir et augmenter l'achalandage touristique.
- Assurer la performance des plateformes de Tourisme Gaspésie.
- Optimiser la performance des placements publicitaires.
- Encourager l'engagement numérique et l'interaction des utilisateurs.
- Promouvoir la diversité de l'offre touristique en toutes saisons et sur l'ensemble du territoire.

### STRATÉGIE MÉDIA

- **Placements publicitaires:** numériques (bannières, contenus, vidéos, réseaux sociaux), télévisuelle, balado et imprimé.
- **Marchés prioritaires:** le Québec et les Maritimes
- **Campagnes thématiques:** escapades printanières et automnales, vacances estivales
- **Produits:** plein air, culture, saveurs locales, road trip, santé bien-être, villégiature, vélo de montagne, famille, festivals et événements
- **Collaborations médias:** contenu commandité avec médias spécialisés

### MÉDIAS SOCIAUX ET MARKETING NUMÉRIQUE

- Contenu engageant sur Facebook, Instagram, YouTube et TikTok (via collaborateurs)
- Campagnes UGC (User Generated Content)
- Publicités ciblées pour le remarketing et la conversion
- Stratégie SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing) et amélioration du site tourisme-gaspesie.com en continu

### STRATÉGIE MARKETING

### RELATIONS PUBLIQUES

- Accueil de journalistes, créateurs et créatrices de contenu
- Collaboration médias, contenu organique et soutien à la rédaction d'articles spécialisés
- Relations de presse et gestion de la réputation

### MARKETING TERRAIN ET EXPÉRIENTIEL

- Présence au Salon Aventure et Plein Air de Montréal
- Activations de marque et partenariat dans le cadre de la Coupe mémorial 2025
- Distribution de matériel promotionnel auprès des visiteurs (Guide touristique officiel de la Gaspésie et carte routière)

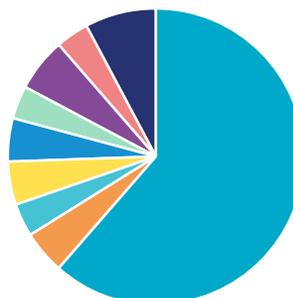
# MARCHÉS PRIORITAIRES ET INVESTISSEMENTS

## MARCHÉS CIBLES



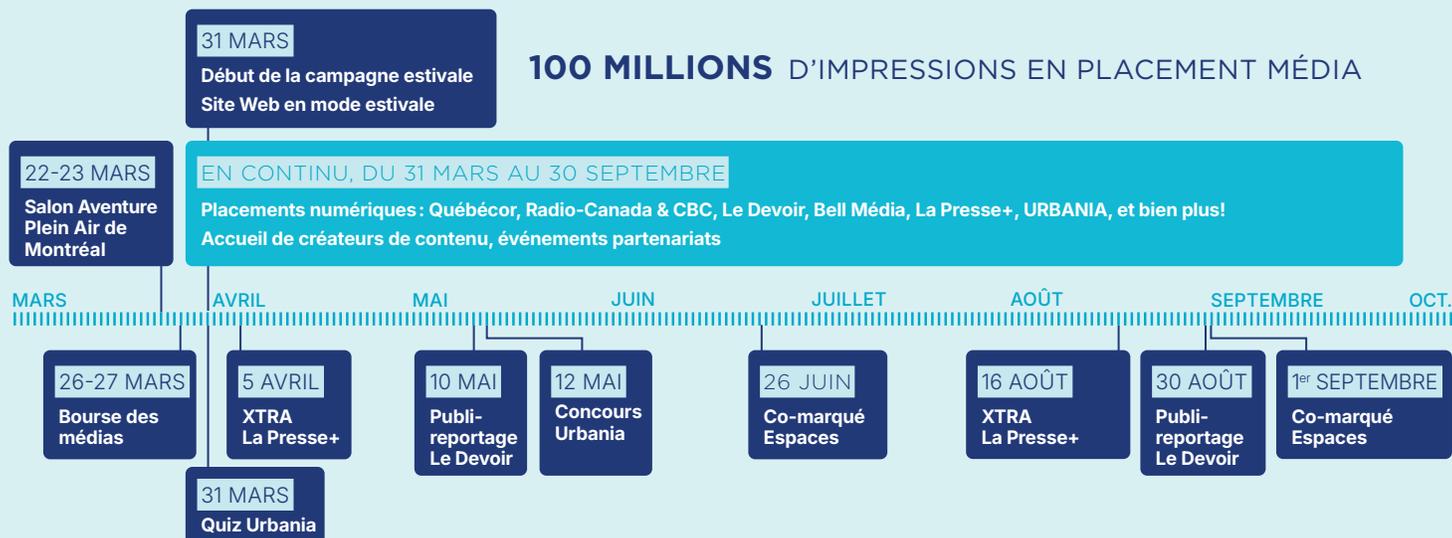
- Montréal, Montérégie
- Québec, Chaudière-Appalaches
- Gatineau et les environs
- Bas-Saint-Laurent, Gaspésie
- Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse

## BUDGET TOTAL 1,3 M\$



- Placements média
- Publications
- Salons et activation
- Médias sociaux et amplification
- Accueil médias
- Campagne parapluie
- Aide aux membres
- Projets spéciaux
- Production

## DÉPLOIEMENT DE LA CAMPAGNE



## IDENTITÉ DE CAMPAGNE: L'EXTRAORDINAIRE. SIMPLEMENT.

- **Marque:** jeune, dynamique, accessible et attachante
- **Objectif:** créer un lien humain et durable avec les clientèles cibles
- **Piliers:** dépaysante avec ses paysages emblématiques, vivante grâce à la diversité d'activités, accueillante et gourmande

## EN GASPÉSIE, L'EXTRAORDINAIRE SE VIT UN PEU PARTOUT ET, SURTOUT, IL SE VIT SIMPLEMENT.

L'extraordinaire, c'est le point de fusion entre une rencontre humaine, une activité typique et le paysage gaspésien. Il survient, par exemple, lorsque des enfants courent sur la plage à la rencontre des vagues dans la mer en riant aux éclats. C'est cet instant de pur bonheur qui crée l'extraordinaire.

