

COMMUNIQUÉ
POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Tourisme
LANAUDIÈRE
> RAPPROCHEZ-VOUS <

Tourisme Lanaudière lance une campagne s'adressant avant tout aux Lanaudois :
« Cet été, votre cour arrière, c'est TOUT Lanaudière! »

Rawdon, le 11 juin 2020 — C'est avec fierté que Tourisme Lanaudière donne le coup d'envoi à la campagne de promotion « *Cet été, votre cour arrière, c'est TOUT Lanaudière!* » Le contenu s'appuie sur « 12 coins de Lanaudière » identifiés par 12 pôles villageois et urbains. La campagne vise à inviter les Lanaudois à se réapproprier leur territoire et à vivre des expériences touristiques chez eux, dans leur cour arrière!

« Lanaudière est vaste et elle offre tout ce dont le voyageur a besoin pour s'évader : l'authenticité, l'expérience, les grands espaces, la culture et la gastronomie. En adoptant une stratégie par pôle, l'objectif est de faire découvrir des coins de leur cour arrière aux Lanaudois », affirme Jason Saunders, directeur marketing chez Tourisme Lanaudière. Ainsi, la plage devient le carré de sable, les centres-villes animés deviennent la terrasse, les chutes deviennent jeux d'eau.

Les 12 pôles sont constitués de Berthier et ses îles, Saint-Donat, Saint-Côme, Saint-Jean-de-Matha, Rawdon, Lac Taureau, Lac Maskinongé, Joliette, Terrebonne-Mascouche, Repentigny, L'Assomption, Nouvelle-Acadie... et leurs environs.

D'ailleurs, même si chacun des villages n'est pas nommé au sein des 12 pôles, toute l'offre touristique est couverte par cette vaste stratégie qui se veut inclusive. Chacune des destinations à sa propre personnalité et ses attraits uniques. Pour les mettre en valeur et permettre aux utilisateurs d'obtenir l'information dont ils ont besoin, une section Web avec du contenu exclusif pour les 12 pôles est accessible sur le lanaudiere.ca. Les pages permettent de découvrir les attraits et trésors cachés de la destination. La promotion sur le Web aura d'ailleurs une grande place, notamment via une stratégie canalisée vers l'achat de bannières, de publications sur les médias sociaux, de référencement Web optimisé et l'utilisation d'infolettres ciblées.

Les actions médiatiques traditionnelles seront, elles aussi, ciblées pour rejoindre les Lanaudois. Ainsi, des chroniques dans les journaux et radios locaux seront diffusées tout au long de la saison estivale. Des ambassadeurs et influenceurs dans les différents pôles seront également sollicités pour devenir des multiplicateurs auprès de leurs communautés. Parallèlement à ces actions, une vidéo clin d'œil invitant les Lanaudois à redécouvrir leur cour arrière est diffusée sur les médias sociaux.