

PLAN MARKETING INTERNATIONAL

2026  2029

QUÉBEC
AUTHENTIQUE

MISE EN CONTEXTE

Qu'est-ce que le Plan Marketing International du Québec Authentique?

Le Plan Marketing International (PMI) du Québec Authentique (QA) est une démarche concertée portée par les régions de Lanaudière et de la Mauricie, visant à positionner leur offre touristique sur les marchés **hors Québec**. Il permet aux entreprises et organisations touristiques locales de bénéficier d'une stratégie de rayonnement commune, cohérente, structurée et performante à l'international.

Le PMI est un **outil de mise en marché collective** qui combine des actions B2B (réseau de distribution), B2M (relations de presse, influenceurs) et B2C (promotion directe auprès des consommateurs), dans une approche de marketing de destination. Il est soutenu par une **cellule 100 % dédiée au Québec Authentique** composée de ressources expertes en marketing international, relations de presse et développement de marché.

Pourquoi un tel plan?

Le Québec Authentique s'est imposé comme une destination incontournable pour les clientèles étrangères grâce à son positionnement unique : **au cœur du Québec**, entre Montréal et Québec, il rassemble en un seul territoire les paysages, cultures, saveurs et expériences qui font la richesse de la province.

L'objectif du PMI est double :

- **Augmenter le rayonnement et la considération** des marchés primaires envers notre destination.
- **Accroître l'achalandage touristique international** dans nos régions et par ricochet dans les entreprises et territoires.

Cela se traduit par des stratégies concrètes :

- Visibilité dans les médias spécialisés des marchés ciblés
- Représentation dans les salons et événements de l'industrie
- Accueil de tournées de presse et de familiarisation
- Création de contenus adaptés (photos, vidéos, blogues, REELS, etc.)
- Promotions numériques auprès de clientèles ciblées

Quels sont les marchés visés?

Le PMI 2026-2029 cible les marchés **primaires** suivants :

- France et Europe francophone
- Ontario
- Nord-Est des États-Unis

Et les marchés secondaires :

- Allemagne
- Royaume-Uni

Ces marchés ont été sélectionnés sur la base de leur **potentiel touristique**, de leur **accessibilité**, de leur **affinité culturelle** avec notre destination et de **données issues des performances passées**.

Qu'est-ce que la clientèle internationale recherche quand elle voyage au Canada?

Produits touristiques qui « se vendent » le mieux (par tendance)

Même si les données ne sont pas toujours présentées en chiffre de ventes, ces segments **arrivent régulièrement dans les premiers plans de marché déclaratif** (ce que les visiteurs *veulent acheter*) :

Thèmes les plus attractifs pour les Français

1. Nature et grands espaces (randonnée, parcs, panoramas)
 2. Découverte culturelle et patrimoine (villes, peuples autochtones, histoire)
 3. Gastronomie et produits locaux (expériences gustatives régionales)
 4. Croisières sur le fleuve, circuits guidés régionaux
 5. Combinaison ville + nature (ex.: Montréal ou Québec + excursions nature)
 6. Produits saisonniers (feuilles d'automne, festivals, activités hivernales, etc.)
- Ce classement reflète les **intérêts déclarés** et les propositions que les destinations peaufinent comme **offres phares** pour le marché français.

Qu'en est-il des Ontariens et des Américains?

Les voyageurs ontariens et du nord-est américain qui visitent le Québec recherchent avant tout un dépaysement accessible, combinant nature, culture et plaisir du court séjour. Attirés par les paysages, les parcs, les lacs et les activités de plein air, ils apprécient des destinations faciles d'accès, bien organisées et offrant un bon niveau de services. Le Québec est perçu comme une destination « différente mais rassurante », où l'on peut vivre une expérience distincte — francophonie, gastronomie, patrimoine, événements — sans complexité logistique. Ces visiteurs privilégiennent majoritairement des séjours de courte durée (weekends prolongés ou escapades de 2 à 4 nuits), souvent décidés à plus court terme que les visiteurs européens. Ils accordent de l'importance au confort, à la diversité des activités à proximité, à la qualité de l'hébergement et à la facilité de réservation, tout en recherchant un cadre agréable, des expériences mémorables et un bon équilibre entre détente, découverte et divertissement.

Bon à savoir! En 2024, Lanaudière a accueilli 13 % de nuitées hors Québec et la Mauricie 11%.

Source: Environnics

2024- en nuitées	Lanaudière	Mauricie
Ontario	5 %	4 %
USA	3 %	2 %
International	5 %	5 %

Le budget global du QA dédié aux actions de marketing et de représentation est d'environ 600 000\$ par année sur les 3 marchés primaires.

Qui sont nos concurrents?

Les autres régions du Québec, le Canada, les États-Unis, le reste du monde.

Que fait l'équipe QA?

L'équipe du QA ne se limite pas à la promotion. Elle joue un rôle stratégique complet :

- Elle **coordonne toutes les campagnes marketing sur les marchés primaires**.
- Elle **produit et gère du contenu multilingue**, adapté aux marchés cibles.
- Elle **développe des outils de vente et des itinéraires** pour les voyagistes et les médias.
- Elle **représente la destination sur le terrain**, dans des bourses, salons, événements, tournées de presse, etc.
- Elle **structure l'offre touristique** via des projets comme la valorisation du Chemin du Roy ou le développement de nouveaux circuits (voir la section routes et séjours sur le site web QA)

Elle agit donc comme **catalyseur de notoriété, de cohérence et d'impact international** pour tous les partenaires participants.

Budgets et structure

Le PMI est financé par les **frais d'adhésion des entreprises (10%)**, les **contributions des ATR (40%)** et **Développement économique Canada (50%)**. Une **structure de gouvernance** rigoureuse, incluant un comité de direction et des rencontres mensuelles, assure le suivi, l'optimisation et l'évolution du plan.

Qu'est-ce que le PMI n'est pas ?

Le Plan Marketing International (PMI) est un **levier collectif de visibilité et de positionnement** sur les marchés internationaux. Toutefois, il est important de rappeler ses limites, afin d'aligner les attentes de chacun.

Le PMI *n'est pas* :

- **Une garantie d'obtenir des visiteurs internationaux**

Aucune action marketing ne peut garantir un volume précis de touristes. Le PMI agit sur la notoriété, la désirabilité et la conversion possible, mais la venue de visiteurs dépend de nombreux facteurs externes : contexte économique, compétitivité de l'offre, conditions d'accueil, fluctuations des marchés, notoriété, localisation de l'entreprise sur le territoire, saisonnalité, etc.

- **Un service de référencement payant individuel**

Le PMI est une stratégie de marketing *de destination*, pas un programme de publicité privée. Chaque entreprise y est mise en valeur *dans une logique collective*, cohérente avec les priorités de rayonnement régional. Il ne s'agit pas d'achats publicitaires directs personnalisés, les tarifs appliqués en font foi.

- **Un plan de développement de produit ou de commercialisation interne**

Le PMI ne remplace pas les efforts individuels de mise à niveau de votre produit, de vos outils de vente ou de vos partenariats commerciaux. Il vous encourage même à participer à des événements comme Bienvenue Québec si vous souhaitez travailler avec le réseau de distribution. Il vient en **complément** des actions que vous déployez localement.

- **Un accès automatique à tous les marchés**

Les marchés sont ciblés en fonction de leur pertinence et de leur potentiel. Le PMI ne garantit pas une visibilité simultanée dans tous les pays ou langues. Les priorités varient selon les campagnes, les saisons et les ententes.

- **Un service de relation client ou de réservation**

Le Québec Authentique ne traite pas directement avec les voyageurs pour vos produits. L'objectif est de **créer le désir** et d'orienter vers votre fiche ou votre page de réservation, site Internet, mais la conversion finale repose sur votre capacité à attirer le client.

- **Un canal pour contenu promotionnel libre-service**

Tous les contenus (textes, images, vidéos, articles) diffusés dans le cadre du PMI sont **stratégiquement pensés**, adaptés aux clientèles internationales, validés et harmonisés avec l'image de marque QA.

PRÉSENTATION DU PLAN MARKETING INTERNATIONAL

Voici les détails du nouveau plan marketing international (PMI 26-29) offert aux acteurs des régions de Lanaudière et de la Mauricie souhaitant se positionner auprès d'une clientèle hors Québec.

Nos objectifs en bref

1

Privilégier une approche axée sur le marketing de destination en plus de faire la promotion individuelle des entreprises

2

Intégrer pleinement le *storytelling* dans toutes nos campagnes promotionnelles

3

Favoriser une synergie avec les médias spécialisés en mettant en place une stratégie d'achats groupés

Aspects distinctifs du nouveau PMI

- Offrir davantage de visibilité dans des médias spécialisés ciblés auprès de nos marchés primaires, soit Ontario, Nord-Est des États-Unis et France.
- Accès exclusifs à des tarifs privilégiés pour des actions sur des médias ciblés (achat regroupé toute l'année).
- Plan plus flexible qui offre des **opportunités de conversion** vers l'offre des acteurs QA.
- Plus d'actions axées vers le consommateur.

Dans la lignée des années précédentes

- Possibilité d'utiliser le crédit marketing.
- Opportunités d'accueillir des journalistes, influenceurs et blogueurs pour susciter de la visibilité sur les médias (article de presse, reportage, télé, blogue, médias sociaux, etc.).
- Opportunités d'accueillir des réceptifs, des tours opérateurs et des agences de voyages pour vous faire mieux connaître du réseau de distribution.
- Rédactions et traductions libres de frais (réseaux sociaux, articles de blogues, etc.).
- Représentation sur les marchés internationaux auprès du réseau de distribution, **le Québec Authentique étant la région la plus vendue** par le réseau en dehors de Montréal et Québec, ainsi qu'auprès des médias.

Les critères d'admissibilité

- S'engager pour 3 ans.
- Avoir un site web bilingue.
- Proposer un système de réservation en ligne (pour les hébergements seulement).
- Être membre en règle de son ATR.
- Avoir suivi la formation sur le réseau de distribution qu'offre ARF Québec, dans le cas où vous ne travaillez pas encore avec le réseau de distribution (adhérent au plan PRO).
- Être en affaire depuis au moins 3 ans.

NOTRE OFFRE (voir *kit média QA*)

Nous offrons deux catégories de plans, dépendamment du profil de votre organisation :

1

**PLAN POUR
PROFIL MULTIPLE**

2

**PLAN POUR
PROFILS
INDIVIDUELS
(Option A
et Option B)**

**+ NOUVEAUTÉ
POUR 26-29!**

Propositions VISIBILITÉ
PAR MARCHÉ, optionnel
ou obligatoire selon
le plan choisi.

1 PLAN POUR PROFIL MULTIPLE

Ce plan s'adresse aux organismes regroupant plusieurs entreprises :

- Les offices de tourisme
- Les territoires
- Les organisations sectorielles
- Les associations comme les pourvoiries ou les routes touristiques

En plus de ce qui est stipulé ci-dessous, ce plan vise à aider l'équipe du Québec Authentique à positionner de plus petites entreprises ou des nouveautés situées sur vos territoires et qui n'ont pas adhéré directement au PMI.

Présence sur le site web du Québec Authentique

- Une page dédiée à votre territoire, ville ou pôle touristique avec carte interactive où figurent toutes les entreprises de votre territoire ou association ayant adhéré à la démarche.
- Accès à une section dédiée exclusivement aux acteurs du Québec Authentique où vous retrouverez la revue de presse, les salons auxquels le Québec Authentique participe, le rapport annuel et les bilans de nos actions incluant des filtres de recherche par nom d'entreprise.
- Une fiche « produit-destination » se trouve dans la section dédiée aux voyagistes. Cette fiche décrit vos principaux atouts comme destination, et les coordonnées de la personne responsable du développement touristique.

Visibilité auprès du réseau de distribution

- Invitation à participer à un *marketplace* (2^e édition) que nous organiserons pour le réseau de distribution à Montréal (1x en 2027).
- Possibilité d'être inclus dans l'information distribuée au réseau de distribution :
 - ▶ Nouveautés dans l'infolettre
 - ▶ Idées de circuits

Visibilité auprès des journalistes, influenceurs et blogueurs (relation de presse)

- Représentation dans les salons dédiés aux relations de presse pour susciter des articles ou des tournées de presse dans les entreprises membres sur votre territoire.
- Possibilité d'être inclus dans l'information distribuée aux médias :
 - ▶ Nouveautés dans l'infolettre
 - ▶ Idées de reportage

Visibilité auprès des consommateurs

- Présence dans un article de blogue partagé :
Une (1) mention d'une demi-page (500 mots) une fois par année pendant trois (3) ans (permet d'alterner les offres saisonnières).
- Partage des contenus de l'article de blogue sur les réseaux du Québec Authentique.

Tarif de base

1450 \$/année

pour trois (3) ans, avec options de placements supplémentaires dans les médias sélectionnés par marché.

Optionnel

Bundle photos-vidéos-REEL

Rabais de **50 %**
accordé par
Québec Authentique

1000 \$

20 photos (1 journée)
2000 \$

500 \$

10 photos (1/2 journée)
1000 \$

350 \$

production
d'un REEL
de 15 secondes (1x)
700 \$

2 PLANS POUR PROFILS INDIVIDUELS

Ces plans s'adressent aux entreprises et organismes individuels.

Option A: LE PRO

Le Pro comporte des actions visant tous les types de clientèles: B2B, B2M, B2C. On parle donc de représentation auprès du réseau de distribution, des journalistes, influenceurs et blogueurs (relation de presse), ainsi que des médias sociaux du Québec Authentique et de ses partenaires.

Le type d'entreprise individuelle visée par ce plan doit être commercialisable auprès du réseau de distribution (avoir une tarification avec prix nets un an d'avance).

Présence sur le site web du Québec Authentique

- Une fiche de votre entreprise sur le site Internet avec référencement sur la carte interactive.
NOUVEAU: possibilité pour le client d'ajouter l'entreprise à ses favoris pour se créer un itinéraire.
- Accès à une section dédiée aux acteurs du Québec Authentique où vous retrouverez la revue de presse, les salons auxquels le Québec Authentique participe, le rapport annuel et les bilans de nos actions incluant des filtres de recherche par nom d'entreprise.
- Une fiche « produit » d'une page complète se trouve dans la section dédiée aux voyagistes. Cette fiche inclut les informations pertinentes réservées au réseau de distribution, ainsi que le contact du représentant des ventes de votre entreprise en anglais et en français.

Visibilité auprès du réseau de distribution

- Représentation dans les salons, bourses et événements de l'industrie touristique.
- Remise des fiches produits aux acheteurs.
- Participation à un *marketplace* (2^e édition) que nous organiserons pour le réseau de distribution à Montréal (1x en 2027).
- Possibilité d'accueil de tournées de familiarisation selon la politique de remboursement du Québec Authentique.
- Possibilité d'être inclus dans l'information distribuée au réseau de distribution:
 - ▶ Nouveautés dans l'infolettre
 - ▶ Idées de circuits

Visibilité auprès des journalistes, influenceurs et blogueurs (relation de presse)

- Représentation dans les salons dédiés aux médias pour susciter des articles ou des tournées de presse.
- Possibilité d'accueil de tournées de presse selon la politique de remboursement du Québec Authentique.
- Possibilité d'être inclus dans l'information distribuée aux médias :
 - ▶ Nouveautés dans l'infolettre
 - ▶ Idées de reportage

Visibilité auprès des consommateurs

- **Présence dans un article blogue partagé:**
Une (1) mention d'un quart de page (250 mots), une fois par année pendant trois (3) ans (permet d'alterner les offres saisonnières).
- Partage des contenus de l'article de blogue sur les réseaux du Québec Authentique.
- **En bonus:** pour les entreprises ayant déjà participé à la campagne 23-26, publication du REEL et portrait d'entreprise sur le futur compte TikTok du Québec Authentique (1x).

Tarif de base

2 250 \$/année

pour trois (3) ans, avec options de placements supplémentaires dans les médias sélectionnés par marché.

Certaines actions médiatiques sont déjà incluses à l'an 1 de votre plan.
Voir les détails dans les propositions «VISIBILITÉ PAR MARCHÉ».

Optionnel

Bundle
photos-vidéos-REEL

Rabais de **50 %**
accordé par
Québec Authentique

1000 \$
20 photos (1 journée)
~~2000 \$~~

500 \$
10 photos (1/2 journée)
~~1000 \$~~

350 \$
production
d'un REEL
de 15 secondes (1x)
~~700 \$~~

Option B: LE MÉDIA

Le média s'adresse aux entreprises qui sont souvent non commercialisables via le réseau de distribution traditionnel. Ces entreprises sont hautement attractives pour les journalistes, influenceurs et blogueurs, et sont susceptibles de séduire le voyageur une fois à destination.

Présence sur le site web du Québec Authentique

- Une fiche de votre entreprise sur le site internet avec référencement sur la carte interactive.
NOUVEAU: possibilité pour le client d'ajouter l'entreprise à ses favoris pour se créer un itinéraire.
- Accès à une section dédiée aux acteurs du Québec Authentique où vous retrouverez la revue de presse, les salons auxquels le Québec Authentique participe, le rapport annuel et le bilan de nos actions incluant des filtres de recherche par nom d'entreprise.

Visibilité auprès des journalistes, influenceurs et blogueurs (relation de presse)

- Représentation dans les salons dédiés aux médias pour susciter des articles ou des tournées de presse.
- Possibilité d'accueil de tournées de presse selon la politique de remboursement du Québec Authentique.
- Possibilité d'être inclus dans l'information distribuée aux médias:
 - ▶ Nouveautés dans l'infolettre
 - ▶ Idées de reportage

Visibilité auprès des consommateurs

- **Présence dans un article de blogue partagé:**
Une mention de votre entreprise (1/4 de page, 250 mots) dans un article une (1) fois par année, pendant trois (3) ans.
- Partage des contenus de l'article de blogue sur les réseaux du Québec Authentique.
- **En bonus :** pour les entreprises ayant déjà participé à la campagne 23-26, publication du REEL et portrait d'entreprise sur le futur compte TikTok du Québec Authentique (1x).

Tarif de base

850 \$/année*

pour trois (3) ans, avec *obligation de placement supplémentaire dans au moins un des médias sélectionnés par marché (vous pouvez décider de choisir une option par an et un seul marché).

Veuillez noter que certaines actions médiatiques sont déjà incluses la première année de votre plan. Voir les détails dans les pages « VISIBILITÉ PAR MARCHÉ ».

Optionnel

Bundle photos-vidéos-REEL

Rabais de **50 %** accordé par Québec Authentique

1000 \$

20 photos (1 journée)
2000 \$

500 \$

10 photos (1/2 journée)
1000 \$

350 \$

production d'un REEL de 15 secondes (1x)
700 \$

NOUVEAUTÉ!

Les propositions VISIBILITÉ PAR MARCHÉ 2026

Traditionnellement, le Québec Authentique était représenté uniquement auprès du réseau de distribution et des relations de presse, et principalement sur les marchés d'Europe francophone. En effet, les expériences touristiques de notre région s'alignent naturellement sur les attentes de ces marchés, permettant de proposer des itinéraires qui leur conviennent pleinement.

Depuis 2023, nous avons amorcé une transition douce vers le marketing direct (B2C), soit par des campagnes conjointes avec l'AITQ, soit en placement numérique.

Afin de poursuivre et d'intensifier notre rayonnement et notre présence auprès des consommateurs directs, nous vous offrons l'opportunité d'adhérer à une ou plusieurs de nos propositions VISIBILITÉ PAR MARCHÉ. **Ces propositions sont optionnelles SAUF si vous avez choisi le PLAN INDIVIDUEL MÉDIA. Dans ce cas, vous devez obligatoirement choisir au moins UNE proposition, parmi celles offertes, peu importe le marché ou le média.**

Ces propositions seront présentées une fois par année, en janvier, de chacune des années du PMI 26-29. Chaque entreprise devra sélectionner ses choix avant la mi-mars.

L'objectif de ce nouveau programme est de maximiser nos investissements — les vôtres et les nôtres — en les utilisant comme leviers stratégiques dans nos marchés primaires. Cette approche nous permettra de rejoindre des clientèles déjà sensibilisées et enclines à visiter le Québec, avec encore plus de visibilité média sur toute l'année auprès d'une même cible.

Nous vous invitons à lire les propositions VISIBILITÉ PAR MARCHÉ qui suivent, et à consulter les kits médias de nos sélections, afin de prendre des décisions éclairées.

Pour vous **inscrire officiellement**, vous devrez remplir le formulaire en ligne que vous retrouverez [ici](#). Vous pouvez utiliser ce document-ci pour faire vos sélections, ce qui vous aidera à compléter votre inscription.

Les raisons qui ont motivé les choix des partenaires médias par marché

QUÉBEC LE MAG

Objectif marketing: Notoriété et considération

Marché: France et Europe francophone

Pourquoi ce média?

- Média de niche 100 % consacré au Canada, mais principalement au Québec, avec un lectorat **hautement qualifié** (France: 65 % du trafic, Belgique 5 %)
- **799 000 visites/an** sur le site web: dont 44% via SEO organique
- **88 000 abonnés sociaux + 100 000 abonnés infolettre**
- Distribution dans **les plus grands salons touristiques en France** (SITV Colmar, Mahana Lyon, SMT Paris, etc.)
- Position forte sur Google pour des requêtes clés comme «visiter le Québec», «road trip au Québec» ou «Québec en hiver»

Indicateurs de performance de nos campagnes

- Nombre d'impressions mensuelles
- Clics mensuels vers les liens partenaires
- Taux d'ouverture d'infolettre

EXPLORE MAG

Objectif marketing: Considération et conversion

Marché: Ontario

Pourquoi ce média?

- Média référence pour les amateurs de plein air et d'aventure au Canada (80% des entreprises Lanaudière-Mauricie sont dans ce créneau)
- **3,6 millions d'impressions numériques par mois**
- L'audience est **hautement engagée**, adepte de voyages actifs (camping, randonnée, canot, hébergements nature)
- Fort accent sur les contenus pratiques et les guides de destinations, idéal pour inspirer des séjours concrets dans Lanaudière et la Mauricie
- Format multiplateforme (site web, magazine, balados, vidéos YouTube)

Indicateurs de performance de nos campagnes

- Portée organique numérique mensuelle
- Engagement (clics, temps moyen sur page, partages)
- Nombre de leads ou téléchargements liés à des contenus QA

CLARK INFLUENCE

Objectif marketing: Notoriété (considération précoce)

Marché: États-Unis — audience ciblée via contenu d'influence

Pourquoi ce média?

- Agence spécialisée en campagnes d'influence authentiques, avec un réseau solide de créateurs nord-américains
- Stratégies adaptées aux plateformes grand public (TikTok, Instagram, YouTube Shorts) avec contenu narratif
- Capacité à générer des récits expérientiels immersifs, alignés avec l'image «authentique et accessible» du Québec Authentique
- Permet de **capter l'intérêt en amont**, auprès de clientèles non initiées ou peu exposées au Québec

Indicateurs de performance de nos campagnes

- Nombre de vues et taux de complétion des vidéos
- Engagement (mentions j'aime, commentaires, partages)
- UGC (contenu généré par les utilisateurs), taux de réutilisation en médias QA
- Augmentation du trafic vers les pages de destination QA (via UTM)

JONANTHONY JAMES — STRATÉGIE D'INFLUENCEURS

Objectif marketing: Notoriété et considération

Marché: États-Unis (prioritaire) et Ontario

Pourquoi ce média?

- Créeur de contenu reconnu pour son **storytelling visuel immersif** (vidéo et photo)
- Capacité à rejoindre des audiences **en phase d'inspiration**, peu exposées aux médias touristiques traditionnels
- Forte performance sur les **formats vidéo courts** (Reels), clés pour susciter l'intérêt et le désir de voyage
- Contenus émotionnels et authentiques, alignés avec le positionnement du Québec Authentique

Indicateurs de performance de nos campagnes

- Portée et impressions des contenus (vues totales)
- Taux d'engagement (mentions j'aime, commentaires, partages, sauvegardes)
- Vues vidéo et taux de complétion
- Trafic généré vers les plateformes du Québec Authentique (liens traqués/UTM)

MARCHÉ FRANCE

PROPOSITION 1

Média partenaire : Néopol (téléchargez le kit média [ici](#))

Pourquoi ce média?

Pour rejoindre les voyageurs français en phase d'inspiration, Québec le Mag s'impose comme un média de référence 100 % dédié au Canada. Grâce à une forte présence dans les salons touristiques et une distribution multiplateforme (web, infolettre, balado, imprimés), il offre un levier puissant de notoriété et de considération pour notre destination.

Inclus dans les plans individuels

- Mention de votre entreprise dans un article partagé destination ou thématique sur le site quebeclemag.com (Québec le Mag) pour un total de six (6) articles Québec Authentique dans l'année.
- Mention de votre entreprise dans un podcast partagé destination ou thématique sur les plateformes de diffusion de Québec le Mag pour un total de six (6) podcasts Québec authentique dans l'année.

Investissement Québec Authentique: **33 500 \$**

Disponible pour tous les plans

Les rabais sont consentis par Néopol, exclusivement aux acteurs du Québec Authentique.

Publicité dans le magazine Québec le Mag 2027 (10 % de rabais)

- 1/6 de page : 800 \$ 900 \$ (texte sans photo)
- 1/3 de page : 1350 \$ 1500 \$ (texte + 1 photo)
- 1/2 page : 1800 \$ 2000 \$ (texte + 2 photos)
- 1 page : 3600 \$ 4000 \$ (texte et photos)



Bloc éditorial dans une infolettre de Québec le Mag (15 % de rabais)

- 850 \$ 990 \$

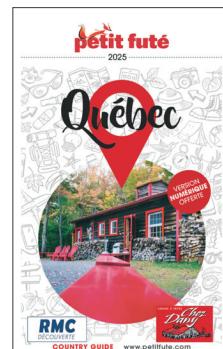
Fiche site web Québec le Mag

- ▶ **890 \$ 1090 \$ (rabais de 20 %) :**
Mise à jour de votre fiche existante sur Québec le Mag avec diffusion commanditée sur leurs réseaux sociaux
- ▶ **1450 \$ 1590 \$ (rabais de 10 %) :**
Création d'une fiche sur le site de Québec le Mag avec promotion sur leurs réseaux sociaux

Guide Petit Futé 2027

(20 % de rabais)

- ▶ 1/3 de page photo : 1500 \$ 1900 \$
- ▶ 1/2 page photos : 2000 \$ 2500 \$
- ▶ 1 page photos : 3000 \$ 3600 \$



PROPOSITION 2

Disponible pour les plans individuels seulement

Média partenaire : META, Google, etc.

Campagne de publicité numérique

Investissement Québec Authentique : **10 000 \$**

- Toutes les publications numériques redirigeront vers une page de destination (landing page) où nous retrouverons une description de l'entreprise ou de son offre de service avec une photo, ainsi qu'un bouton CTA (*call to action*) qui redirigera vers sa page de réservation ou sa page d'accueil (texte et page à déterminer par l'entreprise).
- Vous pouvez choisir d'offrir une promotion avec un code promo, mais ce n'est pas une obligation.

Coût par participant

- ▶ Plan INDIVIDUEL MÉDIA : 250 \$
- ▶ Plan INDIVIDUEL PRO : inclus
- ▶ Plan MULTIPLE : non disponible

MARCHÉ ONTARIO

PROPOSITION 1

Disponible pour les plans individuels seulement

Média partenaire: Explore Mag (téléchargez le kit média [ici](#))

Pourquoi ce média?

Explore Mag s'adresse à une audience engagée et active, en recherche de plein air, d'aventure et de séjours immersifs. Son influence auprès des lecteurs canadiens fait de lui un média idéal pour générer de la considération et favoriser la conversion concrète vers des séjours dans Lanaudière et la Mauricie.

Le magazine est édité quatre (4) fois par année, aux saisons et, comme Québec le Mag en France, il a aussi une version en ligne et de nombreux abonnés à leur infolettre et média sociaux (voir kit média).

Québec Authentique a donc choisi ce média pour obtenir de la visibilité toute l'année sur toutes ses plateformes.

Investissement Québec Authentique: **35 000 \$**

- Un article «highlight» sur le site web du magazine (qui n'expire pas).
- Quatre (4) présences dans chacun des environnements suivants (1x par trimestre):
 - ▶ Un envoi par courriel dédié (dedicated e-blast).
 - ▶ Une publication Meta (1x par trimestre).
 - ▶ Une intégration à l'infolettre (1x par trimestre).
 - ▶ Bloc publicitaire dans l'environnement de notre choix (1x/trimestre).



Toutes ces publications numériques redirigeront vers une **page de destination (landing page)** où chaque acteur QA participant aura une brève description avec une photo, ainsi qu'un bouton CTA «call to action» redirigeant **vers** sa page de **réservation**.

Pour nous assurer une percée véritable auprès de ce marché, nous exigeons que chaque participant offre une **promotion dédiée** aux clients de ce média. Cette promotion sera accessible via un code promotionnel. Il va de soi que votre système de réservation doit être en mesure de gérer les codes promotionnels. Ainsi, nous serons en mesure de valider le nombre de clients ayant répondu à l'appel.

Vous aurez la possibilité de renouveler votre offre promotionnelle sur la page de destination chaque trimestre.

- De plus, notre entente avec Explore Mag comporte deux visites de rédacteurs (une à l'été et l'autre à l'hiver) dans le but d'avoir un article spécifique sur les entreprises du QA qui participeront à la campagne. L'accueil du rédacteur est assumé par vous et nous selon notre politique de remboursement.

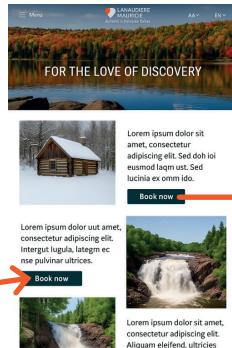
Exemple de publication média

(ici, publication Facebook du Magazine Explore Mag redirigeant vers la page de destination (votre visibilité).

Publication Meta



Page de destination



Page de réservation
d'un établissement hôtelier



Coût par participant

- ▶ **500 \$** (minimum 10 participants) incluant la visite d'un rédacteur à votre entreprise pour la rédaction d'un article partagé sur la destination ainsi que votre présence sur une page de destination où toutes les publicités du QA redirigent. Obligation de faire une offre promo avec code promo pour ce média.

→ En bonus

Québec Authentique investira **10 000 \$** supplémentaire en placement numérique sur le marché ontarien pour rediriger également nos auditoires cibles de plein air vers la page de destination qui sera créée pour la campagne **avec ou sans code promo**. Pour cette partie, c'est vous qui décidez.

PROPOSITION 2

Disponible pour les plans individuels seulement

Média partenaire : META, Google, etc.

Campagne de publicité numérique

Investissement Québec Authentique : **10 000 \$**

Toutes les publications numériques redirigeront vers une page de destination (*landing page*) où nous retrouverons une description de l'entreprise ou de son offre de service avec une photo, ainsi qu'un bouton CTA (*call to action*) qui redirigera vers sa page de réservation ou sa page d'accueil (texte et page à déterminer par l'entreprise).

(Même processus qu'à la proposition 1.)

Coût par participant

- ▶ Plan INDIVIDUEL **MÉDIA** : 250 \$
- ▶ Plan INDIVIDUEL **PRO** : **inclus**
- ▶ Plan MULTIPLE : non disponible

MARCHÉ NORD-EST DES ÉTATS-UNIS

Comme nous visons spécifiquement les états du nord-est, nous n'avons pas trouvé de média qui correspondait entièrement à nos critères, objectifs et budget. Au lieu du média traditionnel, nous avons choisi d'adopter une autre stratégie prisée par plusieurs destinations : l'influence.

PROPOSITION 1

Disponible pour tous les plans

Média partenaire : Clark Influence (téléchargez le kit média [ici](#))

Pourquoi ce média?

Pour augmenter la notoriété du Québec Authentique auprès d'un public américain peu initié, Clark Influence propose des campagnes d'influence sur mesure. Son approche créative et sa maîtrise des plateformes sociales permettent de faire rayonner notre destination via des récits authentiques, visuels et engageants.

Investissement Québec Authentique: **56 000 \$**

incluant une somme de **9 000 \$** qui servira à « booster » les publications de notre influenceur auprès d'auditoires similaires, qui ne font pas partie de ses abonnés.

Coût par participant

- Plan INDIVIDUEL MÉDIA : 1 000 \$
- Plan INDIVIDUEL PRO : 500 \$
- Plan MULTIPLE : 3 000 \$ (plusieurs endroits pourront être visités)

Notre histoire

Fondée en 2017 à Montréal par Nicolas Bon et Vincent Bronner, Clark Influence se distingue rapidement par son approche créative et son expertise en marketing d'influence et social media. En quelques années, l'agence devient l'**agence n°1 en marketing d'influence au Québec** grâce à des stratégies basées sur des insights puissants et une compréhension approfondie des audiences.

En décembre 2020, après une phase de succès, Clark ouvre **Clark Paris** pour accompagner le développement de l'agence sur le marché européen.

Puis, en juin 2022, MJ Cadorette rejoint les co-fondateurs pour établir de nouveaux bureaux à **Toronto & Chicago**, avec l'objectif d'étendre son influence en Amérique du Nord.

L'histoire de Clark est celle d'une croissance continue, raisonnée, ancrée dans l'innovation, la créativité et l'engagement client.



PROPOSITION 2

Disponible pour les plans individuels seulement

Média partenaire : META, Google, etc.

Campagne de publicité numérique

Investissement Québec Authentique: **25 000 \$**

- Toutes les publications numériques redirigeront vers une page de destination (landing page) où nous retrouverons une description de l'entreprise ou de son offre de service avec une photo, ainsi qu'un bouton CTA (call to action) qui redirigera vers sa page de réservation ou sa page d'accueil (texte et page à déterminer par l'entreprise).
- Vous pouvez choisir d'offrir une promotion avec un code promo, mais ce n'est pas une obligation.

Coût par participant

- ▶ Plan INDIVIDUEL **MÉDIA**: 500 \$
- ▶ Plan INDIVIDUEL **PRO**: inclus
- ▶ Plan MULTIPLE: non disponible

MARCHÉ ONTARIO, et NORD-EST DES ÉTATS-UNIS

PROPOSITION 1

Disponible pour le plan multiple seulement

Média partenaire : L'influenceur Jonanthony James (téléchargez le kit média [ici](#))

Pourquoi ce média?

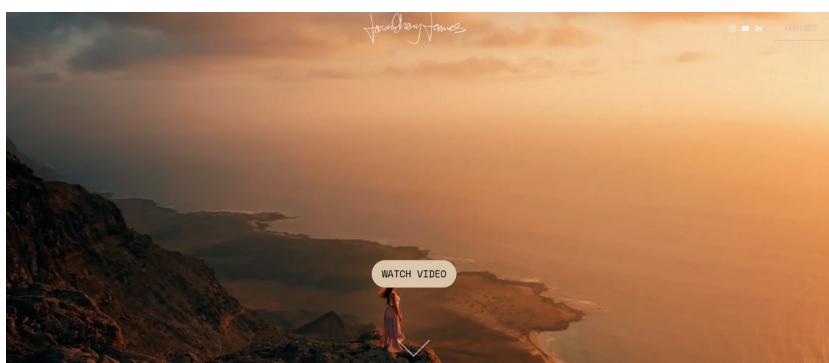
Créateur de contenu spécialisé en storytelling visuel, Jonanthony James permet de capter l'attention de clientèles nord-américaines en phase d'inspiration. Sa force réside dans la production de vidéos immersives et engageantes, largement diffusées sur Instagram et autres plateformes. Cette collaboration contribue à accroître la notoriété et à nourrir la considération envers le Québec Authentique comme destination de voyage.

Investissement Québec Authentique: **35 000 \$**

- Accueil de l'influenceur à trois (3) reprises en 2026 (été, automne et hiver).
- Droits d'utiliser les photos et vidéos qui seront tirés de ses voyages (partenaire, Québec Authentique).
- Publications sur ses réseaux sociaux.
- En bonus, le Québec Authentique investira **10 000 \$** supplémentaire en placement numérique pour «booster» ces publications sur nos cibles directes en Ontario et dans le nord-est des États-Unis, répartis par saison.

Coût par participant

- **3000 \$** par visite (minimum 3 participants)
 - Choix du *storytelling* et des lieux à visiter à discuter entre Jonanthony James, le Québec Authentique et l'acteur Québec Authentique participant.
 - Ce prix inclut les frais de déplacement.



PMI 26-29

Détails des plans proposés

	PLAN MULTIPLE	PLAN INDIVIDUEL PRO	PLAN INDIVIDUEL MÉDIA
Coût du plan de base par année	1450 \$	2250 \$	850 \$
Visibilité SITE INTERNET QA			
Une page dédiée à votre territoire, ville, pôle touristique ou entreprise	inclus	inclus	inclus
Accès à une section dédiée exclusivement aux acteurs QA	inclus	inclus	inclus
Visibilité RÉSEAU DE DISTRIBUTION			
Représentation dans les salons, bourses et événements de l'industrie touristique	non	inclus	non
Remise des fiches produit aux acheteurs	non	inclus	non
Invitation à participer à un marketplace	inclus	inclus	non
Possibilité d'accueil de tournées de familiarisation	non	inclus	non
Fiche « produit-destination » dans la section réservée aux voyagistes	inclus	inclus	non
Possibilité d'être inclus dans les partenariats conclus entre QA et les réceptifs	non	inclus	non
Possibilité d'être inclus dans l'information distribuée au réseau de distribution: nouveautés dans l'infolettre et idées de circuits	inclus	inclus	non
Visibilité JOURNALISTES, INFLUENCEURS, BLOGUEURS...			
Représentation dans les salons dédiés aux médias professionnels	non	inclus	inclus
Possibilité d'accueil de tournées de presse	non	inclus	inclus
Possibilité d'être inclus dans l'information distribuée aux médias : nouveautés dans l'infolettre et idées de reportage	inclus	inclus	inclus
Visibilité CONSOMMATEURS			
Présence dans un article de blogue QA	½ page	¼ page	¼ page
Publication des contenus de l'article sur les médias sociaux du QA	inclus	inclus	inclus
Pour les entreprises ayant déjà participé à la campagne 23-26 : publication du REEL et portrait d'entreprise sur le futur compte TikTok du QA.	non	inclus	inclus
Bundle photos- vidéos- REEL - OPTIONNEL	350 \$ à 1000 \$	350 \$ à 1000 \$	350 \$ à 1000 \$

PMI 26-29

Détails des plans proposés

PROPOSITIONS VISIBILITÉ PAR MARCHÉ 2026	PLAN MULTIPLE	PLAN INDIVIDUEL PRO	PLAN INDIVIDUEL MÉDIA
MARCHÉ FRANCE ET EUROPE FRANCOPHONE			
Néopol			
<ul style="list-style-type: none"> Mention de votre entreprise dans un article partagé sur le site Québec le Mag.com. Total de 6 articles/an Mention de votre entreprise dans un podcast partagé diffusé sur les plateformes de diffusion de Québec le Mag. Total de 6 podcasts/an. 	non	inclus	inclus
PROPOSITION 1 Néopol	800 \$ à 3600 \$	800 \$ à 3600 \$	800 \$ à 3600 \$
PROPOSITION 2 Campagne numérique : Meta, Google, etc.	non	inclus	250 \$
MARCHÉ ONTARIO			
PROPOSITION 1 Explore Mag (Plein-Air)	non	500 \$	500 \$
PROPOSITION 2 Campagne numérique : Meta, Google, etc.	non	inclus	250 \$
MARCHÉ NORD-EST DES ÉTATS-UNIS			
PROPOSITION 1 Clark Influence	3000 \$	500 \$	1000 \$
PROPOSITION 2 Campagne numérique : Meta, Google, etc.	non	inclus	500 \$
MARCHÉS ONTARIO ET NORD-EST DES ÉTATS-UNIS			
PROPOSITION 1 Influenceur Jonanthony James	3000 \$ / visite	non	non

Pour réserver votre plan de base
et les VISIBILITÉS PAR MARCHÉ 2026,
veuillez remplir ce
FORMULAIRE EN LIGNE
le plus tôt possible et au plus tard
le 1^{er} mars 2026.

Merci de votre intérêt et de votre participation
au rayonnement international de notre destination.

