

Plan marketing international 2019-2022



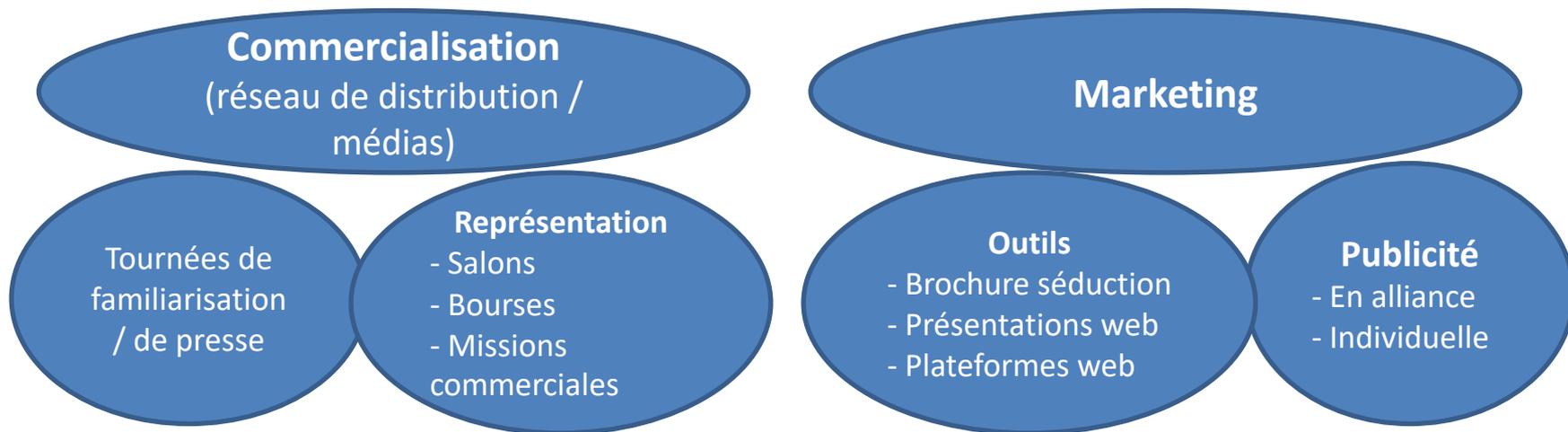
Lanaudière-Mauricie,
Le Québec Authentique
29 mai 2019

Rappel de la mission de Lanaudière-Mauricie, le Québec Authentique



Des actions de promotion visant les marchés hors Québec dans un but de :

- Positionnement et notoriété de la destination Québec Authentique.
- Présentation des entreprises touristiques susceptibles d'attirer les clientèles internationales.



L'objectif ultime du Québec Authentique :
Soutenir le développement des clientèles hors Québec
dans les entreprises touristiques en complément de vos actions !

L'équipe Lanaudière-Mauricie

Relations de presse



Karine Gélinas (TM)



Éliane Larouche (TL)



Jacinthe Doucet (TM)



Josiane Martineau (TL)

Marketing



Anais Laurent (TM)



Jason Saunders (TL)



QUÉBEC
AUTHENTIQUE
2017-2018



Lanaudière-Mauricie, régions sises
entre Montréal et Québec, sur la
rive-nord du **Saint-Laurent**, réunies
pour vous offrir un concentré
authentiquement Québécois!

Aux dires des visiteurs, «c'est le
Québec comme on l'a rêvé!»



LE QUÉBEC AUTHENTIQUE

Authenticité des **origines:**

c'est ici que tout a commencé...coureurs des bois, échanges avec les premières nations, bûcherons et forgerons qui nous ont amené à l'industrialisation.

Authenticité des **paysages:**

les grands espaces, les forêts de conifères et les multiples plans d'eau

Authenticité de l'**accueil:**

longue tradition, générosité et expertise





LE QUÉBEC AUTHENTIQUE

- Entre **Montréal et Québec**, sur la rive nord du Fleuve Saint-Laurent
- 52 000 km² de territoire et près de **30 000 lacs et rivières**
- 60 minutes de l'aéroport international de Montréal
- 60 minutes de l'aéroport international de Québec



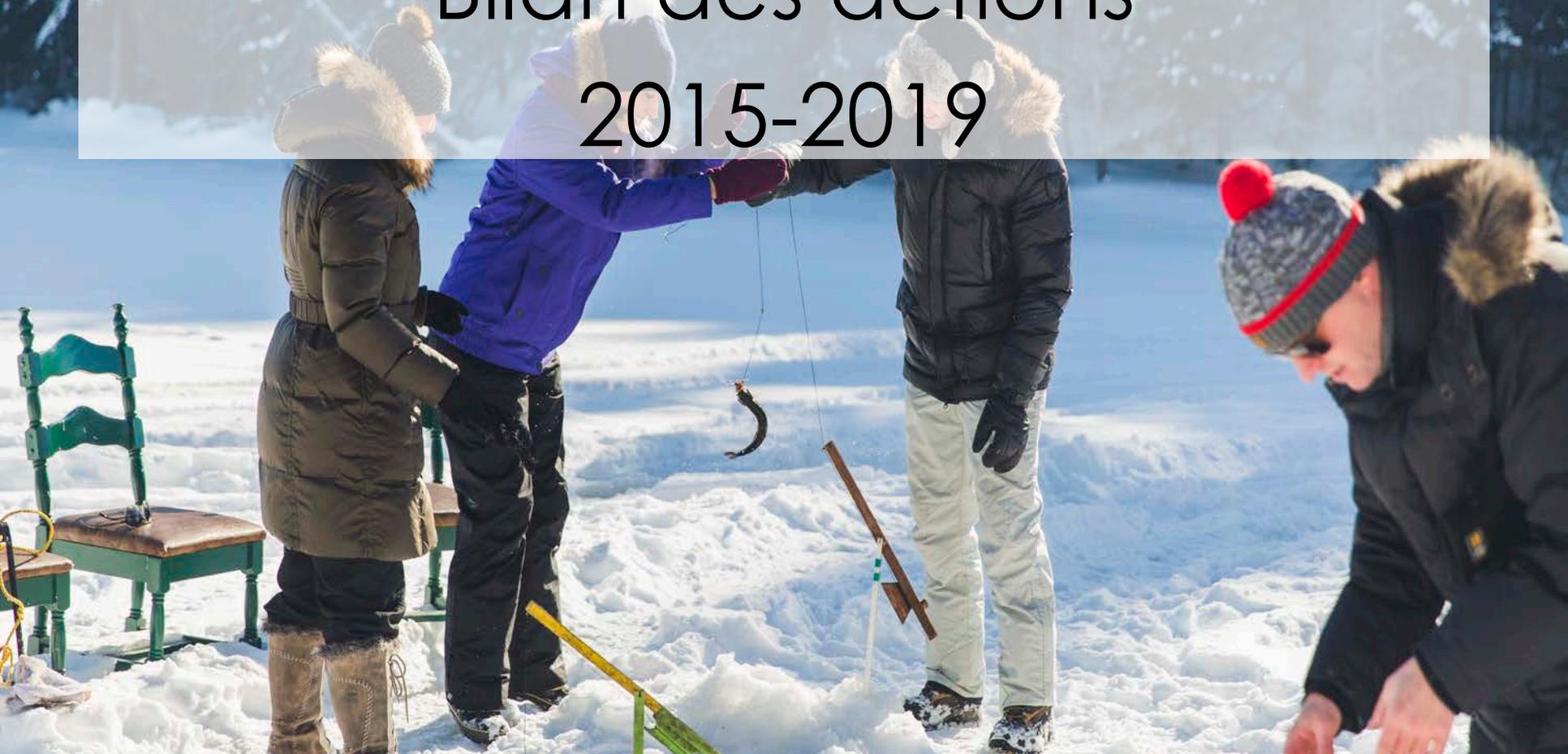
Entreprises participantes - Lanaudière

Abbaye Val Notre-Dame	Hôtel Château Joliette
Amishk Aventures Amérindiennes	Kabania
Association des pourvoires de Lanaudière	Kinadapt
Auberge de la Montagne Coupée	La Source Bains Nordiques
Auberge du Lac Taureau	La Grand R
Auberge du Vieux Moulin	Musée d'Art de Joliette
Auberge Manawan	Musée Gilles-Villeneuve
Chalets Lanaudière	Parc national du Mont-Tremblant
Chalets des Pins	Parcs régionaux de la Matawinie
Chalets Natur'Eau	Pourvoirie Domaine Bazinet
Courgerie, La	Pourvoirie, Auberge Kan-à-Mouche
Festival de Lanaudière	Terre des Bisons et centre d'interprétation
Goûtez Lanaudière! - Circuits touristiques gourmands	Tourisme Manawan / site Matakan
Havre Familial - Centre de plein air	

Entreprises participantes - Mauricie

Amphithéâtre Cogeco de Trois-Rivières	Musée POP
Associations des pourvoiries de la Mauricie	Parc de la rivière Batiscan
Auberge du Lac-à-l'Eau-Claire	Parc national de la Mauricie
Auberge Refuge du Trappeur	Pourvoirie Club Hosanna
Boréalix, Centre d'histoire de l'industrie papetière	Pourvoirie Club Odanak
Cabane à sucre Chez Dany	Pourvoirie du Lac Blanc
Chalets La Sainte Paix	Pourvoirie Némiskau
Cité de l'énergie, La	Sanatorium Historique Lac-Édouard
Comfort Inn Trois-Rivières	Sanctuaire Notre-Dame-du-Cap
Delta Trois-Rivières	Seigneurie du Triton, La
Domaine du Lac Saint-Pierre	Station Touristique Floribell
Festival Western de Saint-Tite	Tourisme Haute-Mauricie
Hôtel Sacacomie	Tourisme Shawinigan
Hydravion Aventure	Tourisme Trois-Rivières
LE baluchon Éco-villégiature	Vieille Prison de Trois-Rivières
Lieu historique Les-Forges-du-Saint-Maurice	Village du bûcheron

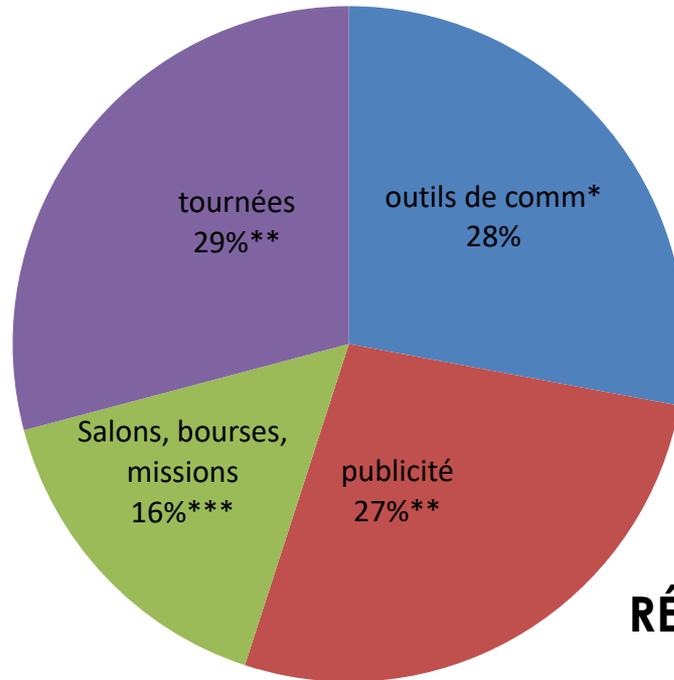
Bilan des actions 2015-2019



Investissements financiers 2015-1019

	TOTAL	Québec Authentique	Mauricie	Lanaudière
Réal 48 mois	3 143 333 \$	1 403 654 \$	1 100 440 \$	639 239 \$
	100 %	45 %	35 %	20 %
2012-2015	100 %	30 %	44 %	26 %

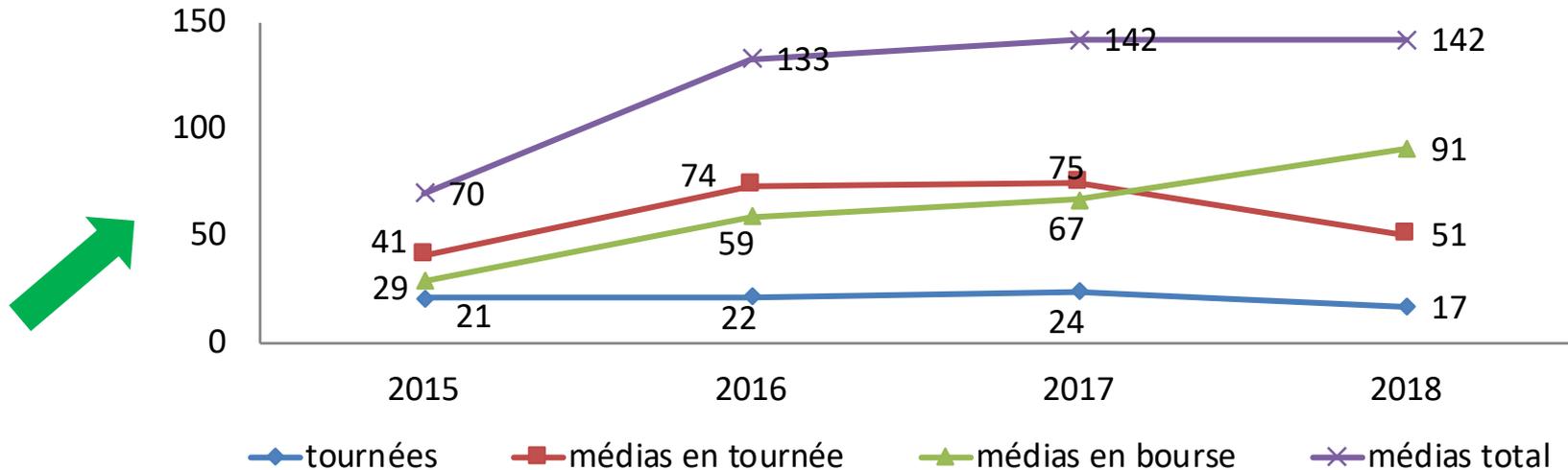
Investissements totaux 2015-2019 incluant la main-d'œuvre



RÉEL 2015-2019

Bilan 2015-2018

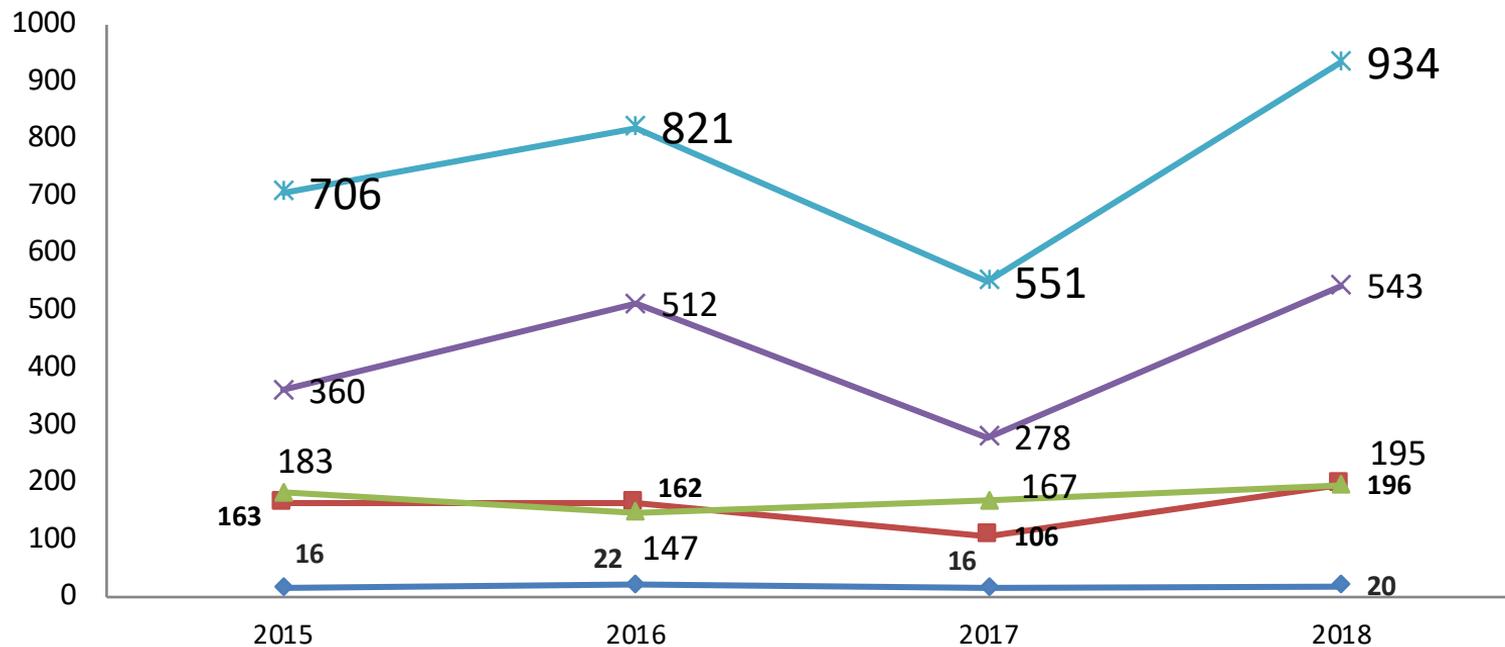
Activités de presse



En 2016, un gros virage à la mise en place de l'AITQ vers la commercialisation via les relations de presse, ce qui a eu un impact significatif sur le nombre de médias rencontrés dans les différentes opportunités (tournées et bourses)

Bilan 2015-2018

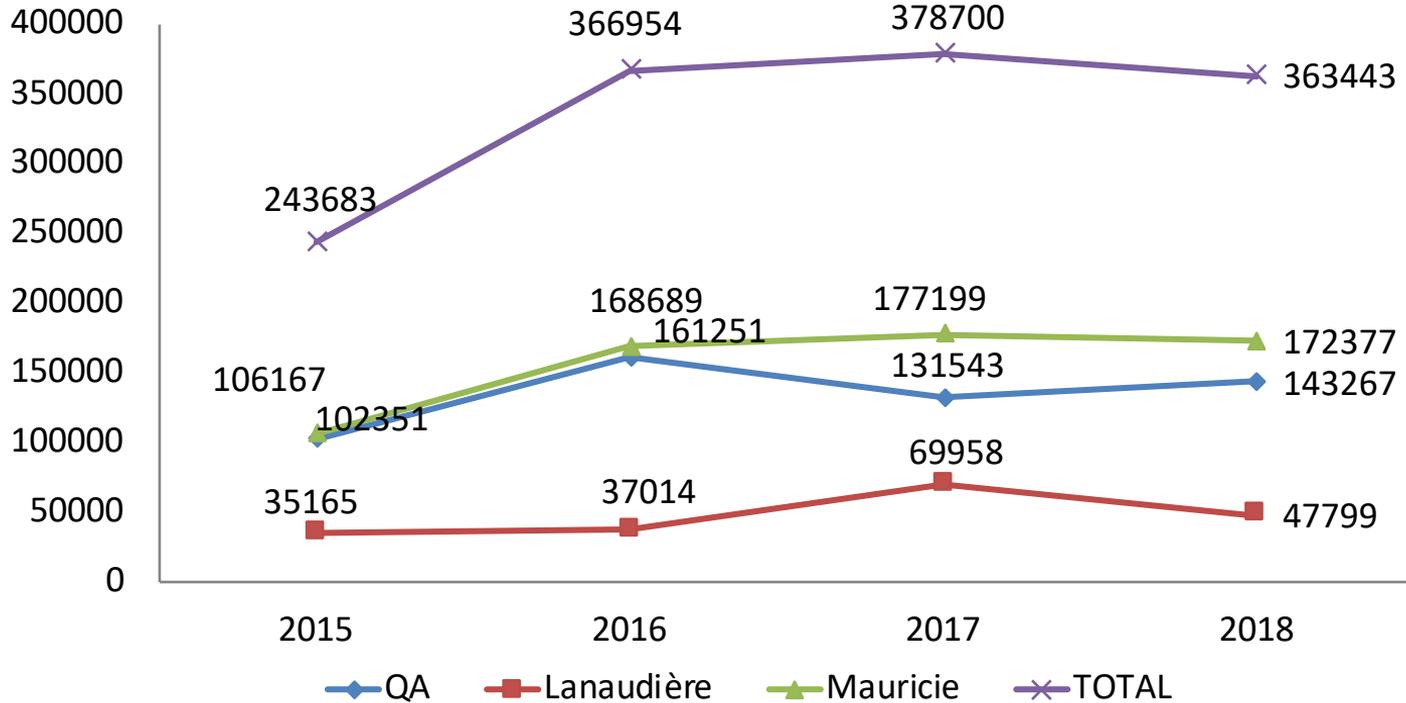
Activités Réseau de distribution



◆ tournées ■ contacts en tournées ▲ contacts en bourses ✕ contacts en missions * nb contacts total

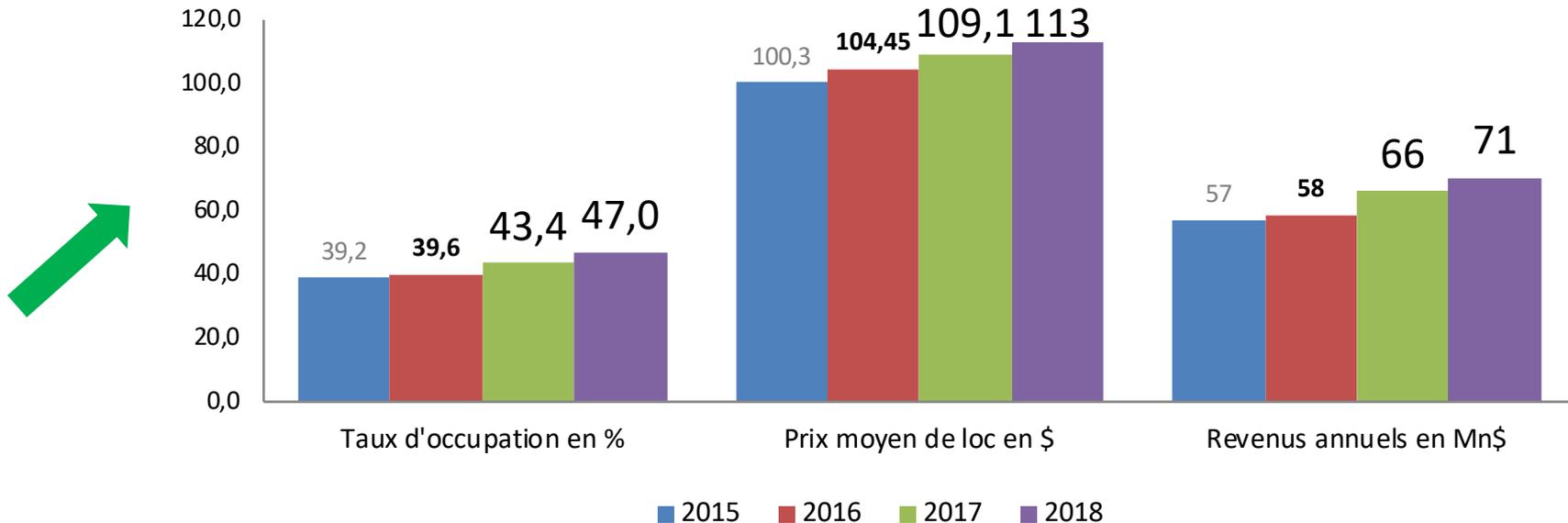
Bilan 2015-2018

Visites sites web hors Québec



Bilan 2015-2018

Hébergement Lanaudière-Mauricie



Bilan sommaire de performance 2015-2019

Rayonnement médiatique



Rayonnement réseau de
distribution



Rayonnement Web



Hébergement :

Taux d'occupation



Tarif moyen de location



Revenus annuels



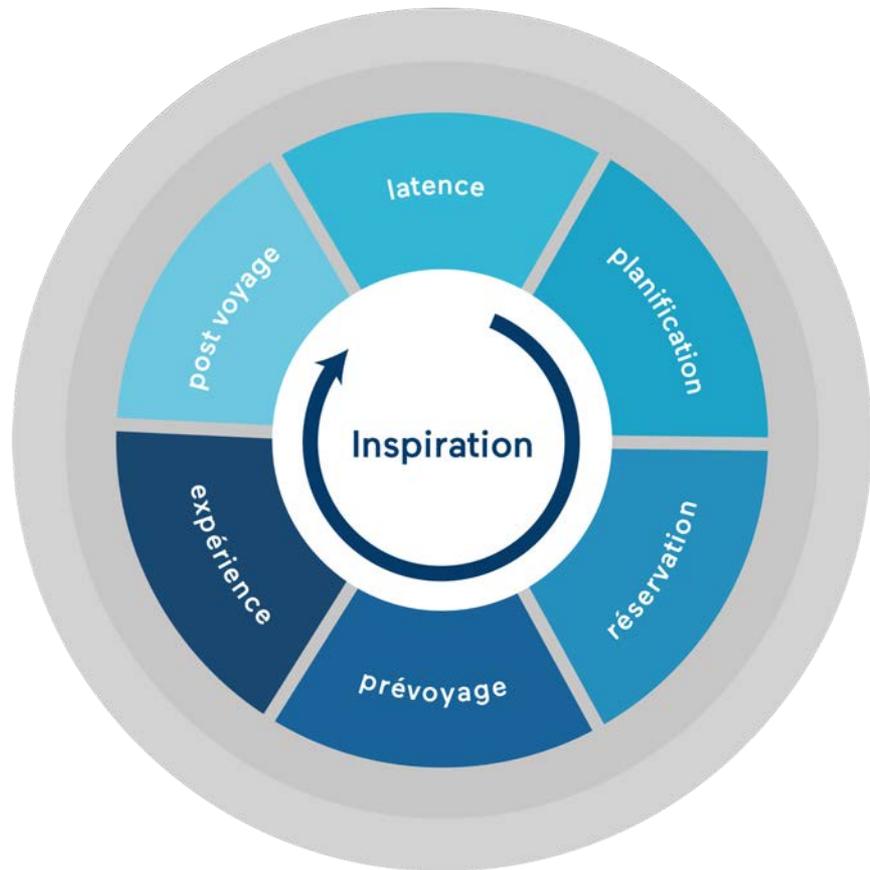
Matériel produit

- 2 insertions magazine Québec Le Mag régulier + 1 édition Salons + tiré à part (130 000 copies)
- Nouveau site web BtoC
www.quebecauthentique.com
- Fiches sur site BtoB
www.quebecauthentique.com/pro
- 8 shootings photos + 3 shootings vidéos
- 1 nouveau vidéo 30 secondes
- Animation page [Facebook QA](#)
- Document de présentation pour besoins BtoB et BtoM
- Matériel publicitaire :
 - 6 campagnes France
 - 12 placements publicitaires papier (BtoC et BtoB)
- Via Pays de la Motoneige
 - 1 nouveau site motoneige
www.paysdelamotoneige.com
 - 3 cartes motoneige
 - Matériel publicitaire :
 - 3 campagnes motoneige

québec
original

Stratégie marketing QuébecOriginal

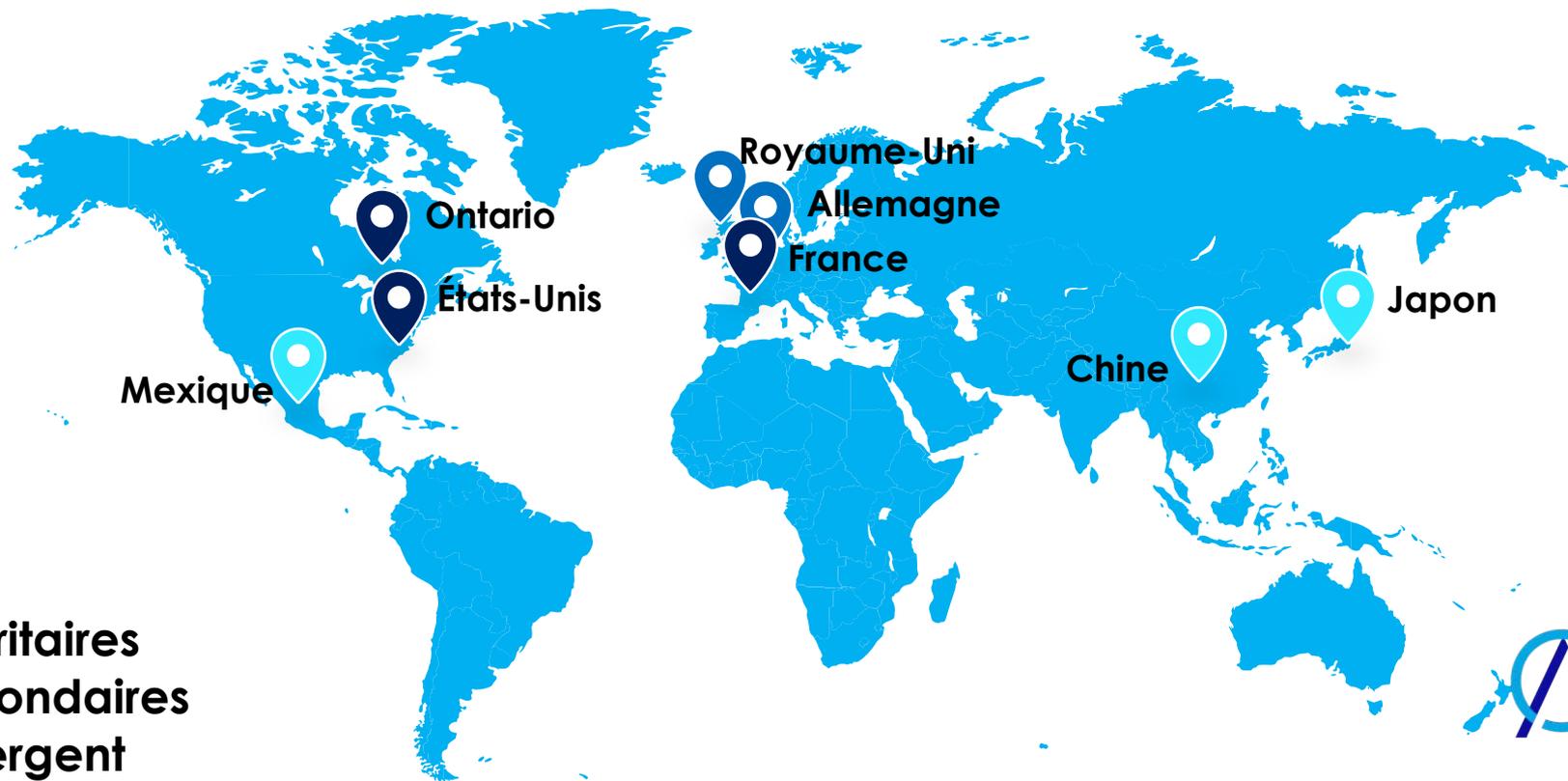




**inspirer le voyageur
tout
au long de son
parcours**



marchés cibles



-  Prioritaires
-  Secondaires
-  Émergent



6 expériences phare du Québec

Vivre le St-Laurent



Culture et histoire vivante



incluant
traditions
autochtones

Saveurs locales



Plein air et escapades nature



Incluant
- escapade nature
- parcs nationaux
- faune
- vélo

Villes vibrantes et festivités



Plaisirs d'hiver



Incluant
- motoneige
- ski

+ 2 expériences
de niche et transversales

Chasse et pêche



Routes découvertes



Agir...

québec
original

AVEC UNE AMBITION COLLECTIVE

FAIRE DU QUÉBEC

UNE

DESTINATION TOURISTIQUE

DE

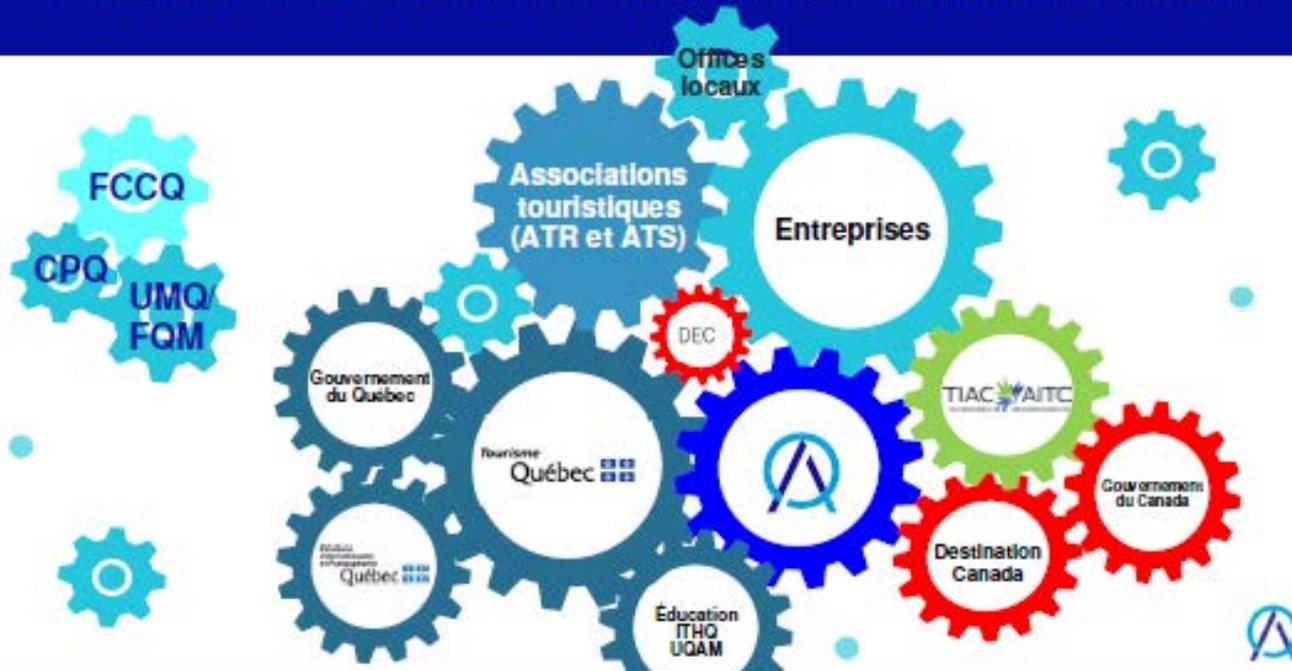
CALIBRE MONDIAL



Agir...

québec
original

EN SYNERGIE AVEC PLUSIEURS PARTENAIRES



La synergie avec les partenaires

- Québec Authentique (depuis 2010)
 - Renouvellement du plan marketing international commun en 2019
 - Partenaires : Tourisme Mauricie, Développement Économique Canada, Fédération des pourvoires du Québec, AITQ
- Motoneige (en Québec Authentique depuis 2015)
 - Intra-Québec : B to C et B to M
 - USA & Canada : B to C et B to M
 - Partenaires : 6 autres regroupements et régions, Fédération des clubs de motoneigistes du Qc
 - Europe franco : B to B to C via campagne provinciale marché français, B to B et B to M
 - Comité expérience provincial + entente carto avec FCMQ et motoneige
- Chemin du Roy (route touristique officielle)
 - Intra-Québec : B to C et B to M / Hors- Québec : B to B et B to M
 - Partenaires : 6 MRC's (3 Mauricie, 2 Lanaudière, 1 Québec), ATR Québec et Mauricie

La synergie avec les partenaires

- 5 collectifs de promotion / commercialisation (via Entente DEC central)
 - Autochtone : 10 régions, regroupements et sectorielles + AITQ
 - Saveurs locales : 10 régions, regroupements et sectorielles + AITQ
 - Saint-Laurent : 7 régions, regroupements et sectorielles + AITQ
 - Motoneige : 8 régions, regroupements et sectorielles + AITQ
 - Plein-air / villégiature : 12 régions, regroupements et sectorielles + AITQ
- Bourses, missions, événements QO et tournées
 - En partenariats interrégionaux et avec AITQ
- Les sectorielles :
 - **Fédération des pourvoiries du Québec** (depuis 2012) : partenariats dans notre PMi et collaboration sur tournées
 - **Tourisme Autochtone** (depuis 2016) : Collaboration sur tournées de presse, comité expérience provincial, soutien au développement
 - **ARF Québec** (depuis 2014) ; comités de travail et tournée

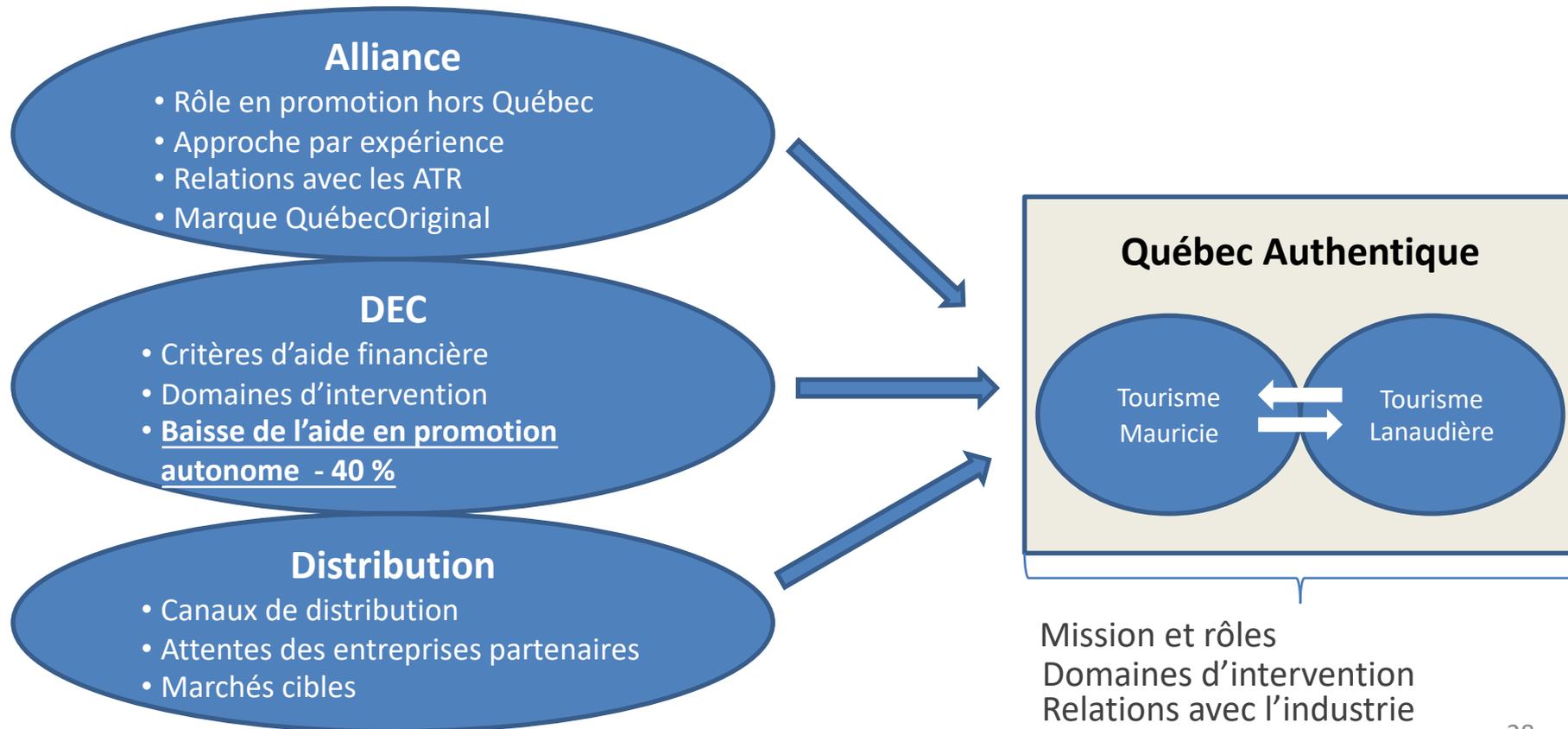
La synergie avec les partenaires

- Table des directeurs marketing
 - Lieu d'échange autour d'enjeux et de défis communs, de partage de bonnes pratiques, d'évolution des collaborations, d'étude et de mise en place de partenariats marketing
 - Partenaires : 19 autres ATR's, Québec Maritime, 6 ATS's
 - Les travaux de la table sont coordonnés par l'AITQ.
- Table des délégués commerciaux et des délégués presse
 - Lieu d'échange autour d'enjeux et de défis communs, de partage de bonnes pratiques, d'évolution des collaborations
 - Partenaires : 10 autres ATR's, Québec Maritime
- Intelligence d'affaires
 - Comité connaissances de l'AITQ : comité visant à orienter les travaux de la ressource commune aux ATR's en connaissance, notamment pour le baromètre touristique, et les sujets d'études et de veille pertinents, pour faire le lien avec le comité provincial de Tourisme Québec

2019-2022
Vers un nouveau modèle d'affaires
Vers un plan unifié

Évolution du contexte externe

- Éléments liés aux principaux acteurs externes ayant un impact sur le Québec Authentique :



Objectifs de la révision du modèle d'affaires

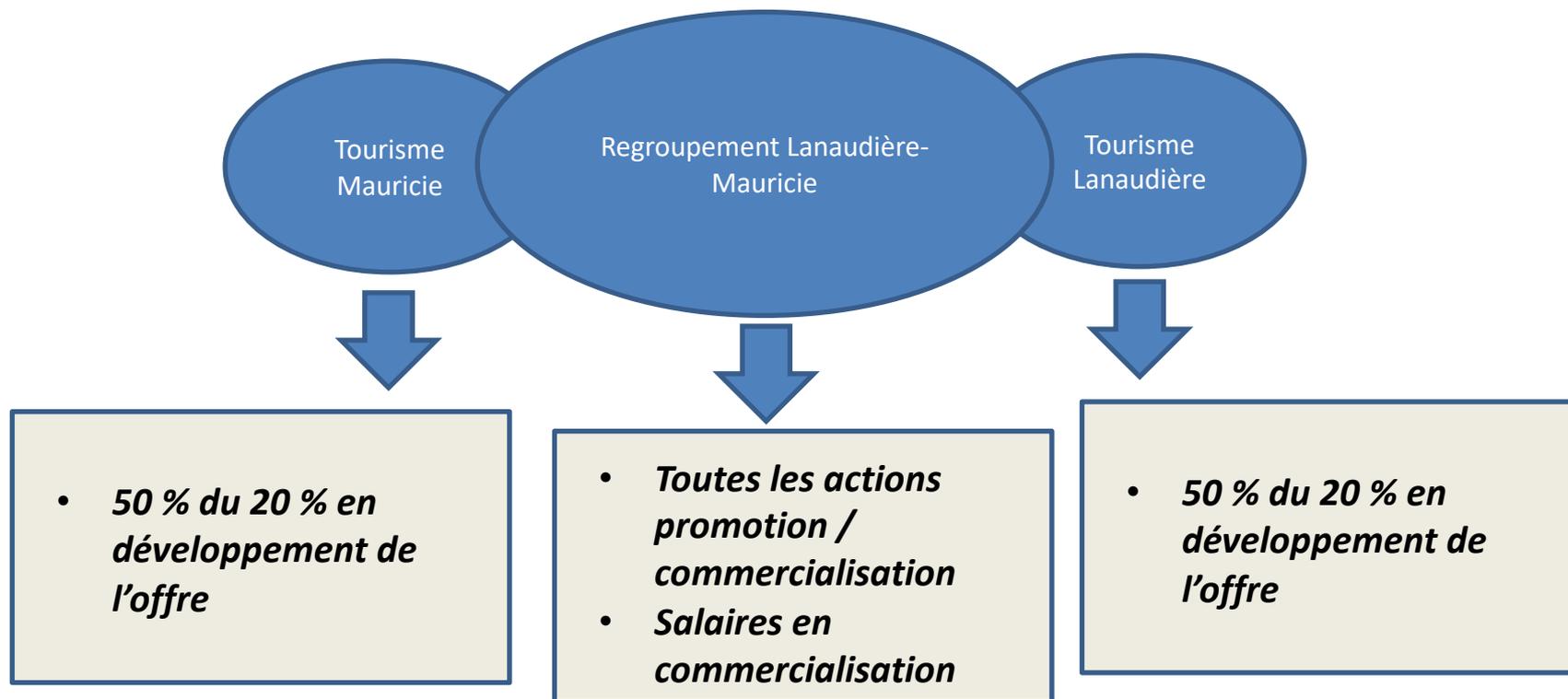
- **Renforcer l'impact commercial pour les entreprises sur le territoire du QA**
 - Augmenter la présence du QA et les retombées pour l'ensemble des entreprises sur les marchés hors Québec.
 - Poursuivre le développement d'une offre adaptée aux attentes des clientèles visées.
 - Adapter la stratégie et les mécanismes budgétaires en fonction des nouvelles dynamiques d'achat (intermédiaires, direct, nouveaux marchés).
- **Améliorer les processus et le fonctionnement du QA**
 - Formaliser l'entente sur le QA entre les 2 ATR.
 - Redéfinir les rôles et responsabilités pour un meilleur équilibre entre les ressources du QA.
 - Améliorer les processus pour être plus efficace et avoir une approche d'innovation.
 - Optimiser la collaboration avec l'Alliance et DEC, compte tenu de l'évolution du contexte.
- **Rendre le nom du regroupement plus clair et plus porteur pour les marchés**
 - Renommer le regroupement, pour en faciliter la compréhension par les réseaux et le public.
 - Renforcer la fierté d'appartenance au QA, pour les ressources et les membres.

Organisation spécifique structurée pour l'ensemble du territoire du QA

- La révision du modèle d'affaires du Québec Authentique consiste en la mise en place, progressivement et à moyen terme, d'une organisation spécifique avec une équipe dédiée pour la gestion et le développement des activités du QA, sur la base de responsabilités déléguées par les deux ATR.



Nouvelle structure effective en 2020



Plan marketing international 2019-2022



Forces/faiblesses/opportunités/menaces

- Forces

- localisation
- présence forte dans le réseau de distribution Europe franco
- positionnement marketing « Québec Authentique » très cohérent avec Québec Original
- unification totale des efforts Lanaudière-Mauricie (un seul plan d'action commun)
- expertise de l'équipe reconnue
- produits forts
 - produits d'appel : villégiature, nature, faune, survols en hydravion, séjours multi-activités hiver, couleurs automnales, sentiers motoneige
 - produits d'intérêt : petites villes accessibles, culture québécoise, routes et circuits, hébergement atypique
 - À la rencontre des Québécois

- Faiblesses

- Manque de renouvellement du produit
- Accueil en anglais
- Capacité financière limitée (entreprises et ATR's)
- ROI difficile à mesurer, manque d'indicateurs de performance fiables

Forces/faiblesses/opportunités/menaces

- Opportunités

- Taux de change favorable
- Sécurité de la destination
- Recherche de retour à la nature
- Capacité aérienne vers le Québec en augmentation
- Partenariats marketing
 - Collectifs marketing avec AITQ et DEC
 - travailler avec les portes d'entrées MTL et QC
- Comités expériences provinciaux : plein air, culture/ville, gourmand, autochtone
- Retour des marchés mexicain et japonais
- Émergence du marché chinois en région
- + d'accès aux données mkg : comité connaissances AITQ, département Intelligence d'affaires TQ, baromètre régional
- Création de l' AT en tourisme religieux

- Menaces

- Baisse du financement en promotion par DEC
- Dépendance au marché Europe franco
- Concurrence accrue entre les régions du Québec sur la France
- Baisse de l'usage du RDD en France
- Facteur météorologique vs motoneige
- Dépendance au RDD, difficile de travailler clientèles HQ en direct
- Investissements de l'AITQ principalement en notoriété et considération du Québec ; peu d'opportunités de mettre en valeur l'offre régionale plus bas dans l'entonnoir d'achat.

Nos expériences phare

Vivre le St-Laurent



Culture et histoire vivante



Incluant -
traditions
autochtones

Saveurs locales



Plein air



Incluant
-escapade nature
- faune
- vélo

Villes vibrantes et festivités



Plaisirs d'hiver



Incluant
- motoneige
- ski

+ 2 expériences
de niche et transversales

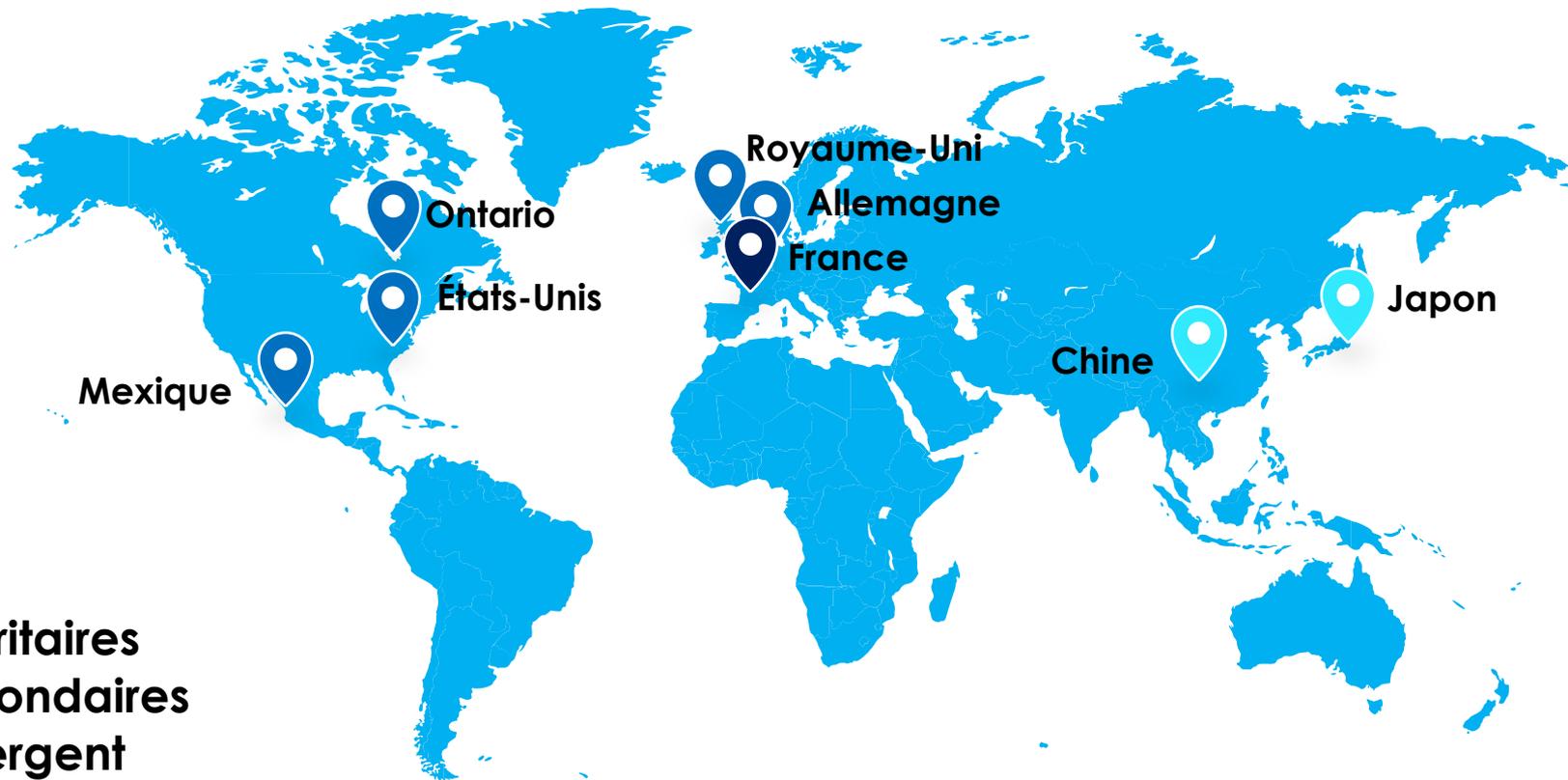
Chasse et pêche



Routes découvertes



Marchés cibles Lanaudière-Mauricie



-  Prioritaires
-  Secondaires
-  Émergent

Efforts par canal, par marché

En nouveauté : + de BtoC en France et on attaque l'Asie (Chine/Japon)

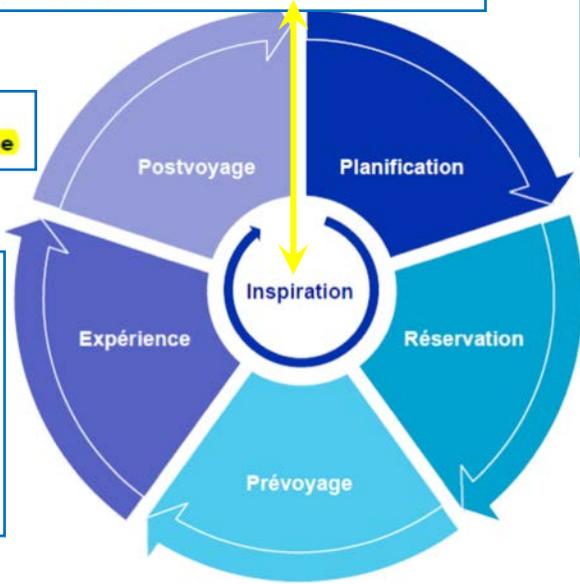
	Réseau de distribution (BtoB)	Média (BtoM)	Consommateur (BtoC)
France	****	****	***
Allemagne, Mexique	***	***	
USA, Canada	**	***	
Belgique, Suisse, Angleterre	**	**	*
Chine, Japon	*	*	
Est Ontario + Nord Est USA motoneige		*	***

La grande majorité des actions se fait en partenariat avec l'AITQ.

Relations de presse
 Contenu de marque
 Commandites
 Médias sociaux
 Publicité de masse
 Publicité terrain
 Publicité dans les canaux des agents de voyage/
 partenaires aériens

Publicité ciblée/personnalisée
 Moteurs de recherche
 Sites de voyage
 OTAs
 Sites des partenaires aériens et agrégateurs
 Médias sociaux
 Agents de voyage et salons
 Brochures et guides de voyage

Médias sociaux
 Communautés de voyage en ligne



Aéroports
 Moyens de transport
 Publicité terrain, signalisation et aménagement
 Hôtels
 Services d'accueil
 Tours opérateurs
 Opérateurs d'attractions/d'activités
 Gens locaux
 Applications mobiles

Partenaires aériens
 Hôtels
 Agrégateurs
 Partenaires de l'industrie
 Agents de voyage
 OTA's

Sites des régions, des activités, de la destination
 Réseau de contacts du voyageur
 Médias sociaux
 Guides de voyage
 Sites d'inspiration comme Lonely Planet
 TripAdvisor
 Moteurs de recherche

Investissements totaux

	DÉPENSES	REVENUS			
		DEC	ATR's	Membres	AITQ
Prévisionnel 2019-2022	1 922 500 \$ 641 000 \$/an 2015-2019 786 000 \$ / an	950 585 \$ 49 %	561 365 \$ 29 %	328 615 \$* 17 %	81 945 \$ 5 %

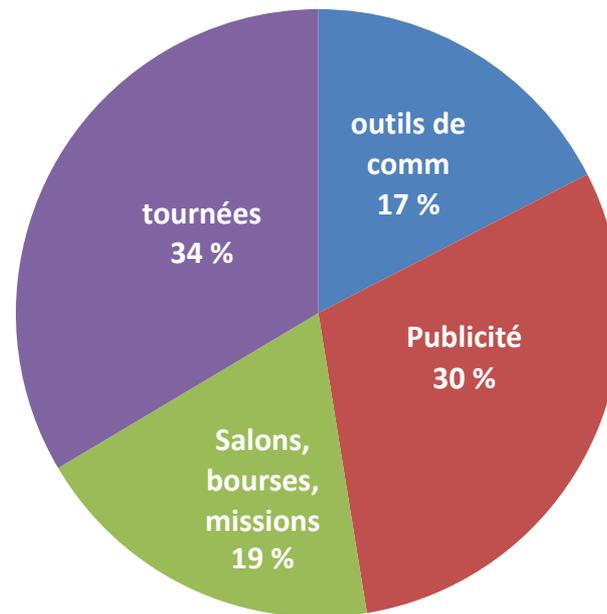
* dont 180 000 \$ (9 %) en prestations,
et 8 % en déboursé financier

Répartition - Investissements

Répartition sur 3 ans incluant la main-d'oeuvre



PMI 2015-2019



PMI 2019 - 2022

Nouvelle approche

- ① Une approche par séjour via des **carnets de route** , intégrant les expériences
 - > Pour illustrer plus concrètement notre offre en adéquation avec l'approche Expérience de Québec Original
 - > Approche toujours « inspirationnelle », mais aussi plus commerciale, pour la clientèle européenne notamment
 - > Promotion/commercialisation vers nouveaux canaux de distribution : direct, médias sociaux

Outils marketing

- 1 seul **site Web** www.quebecauthentique.com
- Vidéo 2 minutes
- Banque photos

● Cible : consommateur (BtoC)

- **Page Facebook QA (France)**
- Motoneige (USA-CAN)
 - **Site motoneige** www.paysdelamotoneige.com
 - **Carte des sentiers**

● Cibles : BtoM, BtoB

- **Magazine inspiration et circuits dans Lanaudière-Mauricie** (40 pages / 5 000 copies)
- **Présentation web** des membres (outil de vente QuébecOriginal)

Les actions consommateur (BtoC)



● Objectif :

- Augmenter l'achalandage du site Web et des leads vers les membres sur la France et les marchés de proximité en motoneige

● B to C : 30 % des efforts en publicité vers le consommateur dont 2/3 en direct et 1/3 avec l'Alliance

- France :
 - Animation toute l'année du **compte Instagram** et de la **page Facebook QA**
 - **Campagnes Web**, France : Facebook, Quebeclemag.com, Adwords
 - www.quebeclemag.com : 4 billets de style « TOP 10 » en vedette 2 semaines par année, publicisés sur Facebook + carnets de route dans les itinéraires
 - **Magazine Québec le Mag : dossier circuits** dans les éditions « spéciale Salons » de Québec le Mag - 90 000 copies aux abonnées, en kiosque et 8 salons
 - ✓ Une clientèle qualifiée avec un intérêt marqué pour le Québec
- USA-CAN : motoneige
 - Campagne web avec l'Alliance vers le www.destinationmotoneige.com.

Les actions « B to M | B to B »

- **Objectif :**
 - > France : maintien des parts de marché du Québec et de LMQA
 - > Royaume-Uni, Allemagne, USA-Canada : installer LMQA comme destination de valeur
 - > Mexique : retour sur le marché
 - > Chine, Japon : incursion sur le marché
- **B to B : 37 % des efforts** en tournées de familiarisation, bourses et missions commerciales, avec intervention à tous les niveaux de la chaîne
- **B to M : 29 % des efforts** en tournées de presse, événements et relations médias
- **BtoM et BtoB :** participation à **5 collectifs multi régions avec AITQ et DEC** / Saveurs locales, Expérience autochtone, St-Laurent, Escapade nature, motoneige

Bourses, salons et missions commerciales

- Rendez-vous Canada (BtoB)
- GoMedia Canada (BtoM)
- Bienvenue Québec (BtoB)
- Événement QO à Paris (BtoB & BtoM)
- Missions commerciales QO Allemagne, UK (BtoB & BtoM)
- Bourse TMAC (BtoM)
- Quebec en Mexico– Mexique (BtoB & BtoM)
- Événement QO à Toronto (BtoB & BtoM)
- Événement QO à Vancouver (BtoB & BtoM)
- ShowCase Canada en Chine
- Mission commerciale au Japon
- Bourse média MEETUP QuébecOriginal - Montréal (BtoM)
- Salons motoneige

Bourses, salons et missions commerciales



BIENVENUE QUÉBEC 2020
Lanaudière-Mauricie

Dépôt de candidature
Présenté à La Fédération des transporteurs par autobus
À la rencontre du Québec authentique

30 mai 2018



- 98 acheteurs en 2018 dont 87 % hors Québec
- 2019 : dîner de fermeture
- 2020 :
 - 3 jours
 - cocktail d'ouverture 2020
- Investissements 60 000 \$:
 - Tourisme Trois-Rivières
 - Tourisme Mauricie
 - Tourisme Lanaudière

Notre proposition



5 carnets de route multi-expériences

Carnets de route	Plein air	Escapade en nature	Faune	Motoneige	Culture	Festivités	Villes	Plaisirs gourmands	Expérience autochtone	Routes découvertes
Nature – été <i>Europe franco/ Allemagne/Mexique</i>	X	X	X					X		
Nature – hiver <i>Europe franco/ Allemagne/Mexique/ USA/Canada</i>	X	X		X				X		
Mixte été <i>Europe francophone/USA/UK</i>	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Culture – été <i>Europe franco/USA</i>					X	X	X	X	X	X
Mixte automne <i>Chine, Japon</i>		X	X		X			X	X	

Média partenaire sur l'Europe francophone : Québec le Mag

L'ÉCOSYSTÈME

LE MAGAZINE

36%
entre 45 et 60 ans

16%
entre 18 et 30 ans

16%
plus de 60 ans



58%
de femmes

36%
d'actifs
(cadres et CSP+)



LE WEB

8 112 visiteurs par mois*

18 512 visites par mois*

22 642 pages vues par mois*



France
Canada
Belgique, Suisse, Luxembourg
Autre



Réseau social
Recherche organique
Direct
Site référent



Europe
Canada
Reste du monde



Canada
Europe

3 240 abonnés

38 708 fans

37 000 inscrits

* Chiffres janvier 2019



Québec le Mag

Édito LA PASSION DU QUÉBEC COMME LEITMOTIV

Il y a maintenant plus de 10 ans, nous formions une équipe de passionnés pour créer un magazine venant le Québec auprès des francophones du monde entier. Québec le Mag était né et l'aventure n'a cessé de nous pousser toujours plus loin. Le magazine a évolué au fil des ans en fonction de vos retours mais aussi pour toujours mieux répondre aux besoins des voyageurs, besoins en constante évolution.

Ces évolutions nous ont poussé à repenser notre stratégie digitale. À l'automne dernier nous avons décidé de repenser tous nos supports en ligne pour maximiser l'engagement de notre communauté tout en continuant de la développer. Nous sommes maintenant en mesure de vous proposer de nouveaux supports en lien avec les nouveaux usages pour toujours plus de visibilité.

Une rédaction conçue 100 % pour le web, une mise en avant de nos journalistes qui sillonnent la province et la possibilité pour notre communauté de s'exprimer. Plus d'interactivité, plus d'attractivité, plus de plaisir!

Leader incontesté des magazines touristiques sur le Québec en Europe francophone, notre ambition est de devenir la référence digitale de la destination!

Merci pour votre confiance.

Audrey Carbay

2/3

LA TEAM



Audrey Carbay
Directrice générale



Jean-Marie Bernard
Directeur de la publication et de la diffusion



David Lang
Rédacteur en chef



Émile Moratille
Journaliste



Olivier Pierson
Journaliste



Philippe Renaud
Journaliste



Lisa Schomiek
Social Media Manager



Sébastien Le Bouard
Directeur artistique

Ainsi qu'une dizaine de journalistes et photographes pigistes qui nous accompagnent ponctuellement.

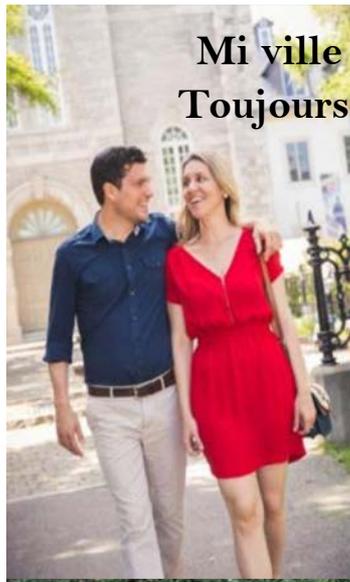
Contact: andrea@quebecleomag.com | 514-937-7524 (24h) | depuis la France: 06 34 77 00 93

Québec le Mag

2/3

Québec le Mag

Mi ville - Mi forêt Toujours authentique



Carnets de route : Magazine LMQA (5) + insertion dans Québec le Mag (4)

Boucler la boucle en beauté (11 JOURS / 10 NUITS)

Un grand road trip d'été
vers l'une des plus belles
régions de l'Est canadien.

JOUR 1 - Arrivé à Mémorial
Rames de votre carnet de
voyage personnalisé comprenant
le carte routière détaillée de
votre itinéraire, votre roadbook
personnalisé, des guides touristiques
des régions visitées, vos
bons d'échanges, un numéro
d'assistance 24 heures, etc.

JOUR 2 - Mémorial
Journée libre dans la métropole.
Mémorial offre les mille et
un attraits des grandes villes
du monde.

**JOUR 3 - Mémorial /
Mauricie (128 km, 2h32)**
Prenez la route vers le parc
national de la Mauricie. Ce
territoire de 526 km² dégage
une grande sérénité.

JOUR 4 - Mémorial (207 km, 3h29)
Empruntez une des plus belles
routes panoramiques du
Québec vers la Haute-Mauricie
uniquement par la voie des
eaux, ce qui en protège l'accès et
permet de conserver son
caractère sauvage.

JOUR 5 - Mauricie
Activités gratuites disponibles
en journée : randonnée et
interprétation de la nature, balade
en canot et raïbeka, visite
des bryères, visite de la gare
du Triton, baignade, pédalo,
kayak de mer, vélo de montagne...
Le soir : découverte
des customs dans leur habitat
rurales, feu de camp avec
contes et légendes, balade
sur l'eau au flambeau...

**JOUR 6 - Mauricie /
Saint-Jean (150 km, 2h43)**
Reprenez la route (magnifique)
vers le lac Saint-Jean, véritable
mer intérieure. Ici, le sens de

l'accueil est un devoir. L'endroit
est tout désigné pour mieux
connaître les Québécois.

**JOUR 7 - Lac St-Jean / Fjord
de Sagouay (189 km, 2h56)**
Ce matin, partez en direction
du majestueux fjord du
Sagouay. Vous découvrirez
le défilé du Jongo et de
l'espace en un lieu où la nature
a déployé des forces colossales.

JOUR 8 - Fjord de Sagouay
Profitez de cette journée
pour vous imprégner de
ce lieu unique au monde.
Les amoureux de randonnée
pédestre ne manqueront pas
de faire le sentier de la Soutis.
La région abrite aussi deux
des plus beaux villages du
Québec, l'Anno-Sainte-Irène
et Ste-Rose-du-Nord.

**JOUR 9 - Fjord de Sagouay
/ Tadoussac (128 km, 2h31)**
Partez en direction de la région
de Tadoussac où l'une des plus
belles routes du Québec. La
région de Tadoussac est un site

unique au monde pour l'observa-
tion des baleines. **JOUR 10 - Tadoussac / Parc
de la Gaspésie (159 km, 4h53)**
Reprenez la route en direction
de la mythique Gaspésie. Pour
ce faire, vous empruntez
le traversier vers la rive sud
du magnifique Saint-Laurent.
Votre destination : le parc de
la Gaspésie, une véritable mer
de montagnes en plein cœur
de la péninsule gaspéenne.

JOUR 11 - Parc national de la Gaspésie
L'activité de prédilection dans
le parc de la Gaspésie est
sans conteste la randonnée
pédestre.

**JOUR 12 - Parc de la Gaspésie / Parc
Forillon (194 km, 3h46)**
Pour suite de « roadtrip » vers
l'incomparable parc Forillon,
là où les montagnes se jettent
d'une façon brutale dans
l'océan. Cette partie de la route
est entre le parc de la Gaspésie

et le parc Forillon constitue
l'une des plus belles routes
panoramiques du Québec,
voire du Canada.

**JOUR 13 - Parc Forillon /
Parc (117 km, 1h46)**
Continuation vers le fameux
rocher Percé, sculpté par le
temps et la mer. À l'extrémité
de la péninsule gaspéenne.
Le parc de l'Île-Bonaventure-
et-du-Rocher-Percé se dis-
tingue par un riche patrimoine
historique, un passé géologi-
que surprenant, une flore
et une faune singulières dont
la colonie de Fouc de Bonas
mondialement connue.

**JOUR 14 - Parc / Baie
des Chaleurs (125 km, 1h58)**
Marrée libre pour profiter
du magnifique petit village
de Percé qui comprend même
les plus beaux villages du Québec.
En après-midi, départ vers
la partie sud de la Gaspésie et
la Baie des Chaleurs. La région
s'est taillée une réputation
de franche hospitalité et de
bons vivants aimant la fête.

JOUR 15 - Baie des Chaleurs
De nature généreuse, Bon-
aventures propose une belle
plage sablonneuse. La Baie des
Chaleurs porte bien son nom
puisque ses eaux sont le
plus chaud du Québec.
Un endroit parfait pour la baignade.
D'une limpidité extror-
dinaire, la rivière Bonaventure
vous invite quand elle à une
descente en canot.

**JOUR 16 - Baie des Chaleurs /
Parc du Bic (287 km, 4h15)**
Reprenez la route et traversez
le panoramique salifé de
la Métropole jusqu'au parc
du Bic. Situé dans l'estuaire
même du Saint-Laurent,
le parc national du Bic arbore
avec ses pins, ses cèdres, ses
sapins, ses lièges et ses
montagnes, emblèmes de
sa renommée.

JOUR 17 - Parc national du Bic
Dans le parc du Bic, nous vous
conseillons vivement de faire
l'observation des phoques au
Cap-Caribou ou sur la Pointe-
à-Épaves (selon la marée).
Et pourquoi ne pas se laisser
porter par un petit pélican-
nigau au Cap-à-l'Original ? La vue

sur le Saint-Laurent promet
de vous impressionner.

**JOUR 18 - Parc du Bic / Baie-
Saint-Laurent (146 km, 2h06)**
Votre destination est la Baie-
Saint-Laurent, située sur la rive
sud du fleuve Saint-Laurent
et connu pour ses petits
villages pittoresques, tels que
Rimouville. Avec ses couchers
de soleil, son riche patrimoine
architectural et historique,
la région émeveille toujours
par la beauté et la sérénité
de ses paysages.

**JOUR 19 - Baie St-Laurent /
Québec (200 km, 3h21)**
Aujourd'hui, vous partez en
direction du bercou de la
francophonie en Amérique
du Nord, le très belle ville
de Québec. À votre arrivée
à Québec, illes à vous de
plus beaux villages et ses
joyaux historiques, reconnus
et protégés par l'UNESCO.

JOUR 20 - Québec
Profitez de votre passage
dans la vieille capitale pour
visiter la Place Royale et
le Petit Champlain, en passant
par le terrasse Dufferin et
le Château Frontenac.

**JOUR 21 - Québec /
Mémorial (232 km, 3h00)**
Derniers moments pour profiter
de votre voyage à travers.
Départ en direction de l'adro-
port de Montréal et embarque-
ment pour le vol de retour.

EN SAVOIR PLUS
sur ce road, les hébergements,
activités et séjours optionnels :
www.abtincanada.com/itineraire/itineraire-canada_shtit

PREX ET CONDITIONS

À partir de 1 660 \$ / adulte
0 099 €3. Le prix ne comprend
pas le transport aérien,
la location de voiture, les activi-
tés et séjours optionnels,
les assurances voyage.
Promo - Réservez tôt !
En réservant avant le 29 jan-
vier 2016, choisissez deux des
trois promotions suivantes :
séjour au balcon gratuit ;
location de GPS gratuit ;
valises de 50 \$ chacune.



Carnets de route

Site web, section blogue (4)

www.quebeclemag.com



QUÉBEC LE MAGAZINE VOYAGER AU QUÉBEC EXPÉRIENCES LES MEILLEURES ADRESSES LE BLOG

LES ITINÉRAIRES DU QUÉBEC

Découvrez le Québec et ses richesses à travers un périple unique et authentique.

- ILLE VERTIE, LES PIEDS DANS LA BOUE
- SUR LA ROUTE DES EXPLORATEURS
- LE PETIT TRAIN DU NORD ENTRE EUPHURIE ET GRIMACES
- LES ÎLES DE LA-MADELINE EN BUS 20H POUR REJOINDRE LE PARADIS
- QUAND JEAN IMBERT SAVOURE LA CASPÉRIE
- LES LAURENTIDES, BELLES A PRODUVER



QUÉBEC LE MAGAZINE VOYAGER AU QUÉBEC EXPÉRIENCES LES MEILLEURES ADRESSES LE BLOG

ROAD-TRIP D'AUTOMNE SUR LE CHEMIN DU ROY – PARTIE 2

Plats d'automne de Trois-Rivières à Québec.

EN ROUTE VERS QUÉBEC (DE TROIS-RIVIÈRES À MONTRÉAL)

Fondée en 1654, Trois-Rivières est la ville d'origine historique sur le Chemin du Roy. La route se poursuit en Mauricie, épousant les courbes du Saint-Laurent avant d'atteindre la région de la Vieille Capitale.

KILOMÈTRE 136
Il y a tant de choses à faire à Trois-Rivières qu'un périple s'y arrêter deux jours. Les plus pressés se contenteront de l'indispensable, à savoir le site du Vieux-Trois-Rivières, le grandiose du parc portuaire et les **Fusés des Forges et Notre-Dame**. Avec plus de temps, on observera le Musée québécois de culture populaire et sa **Grille d'acier** ainsi que **FortDauphin**, un lieu à la gloire des ouvriers de l'industrie papetière du Québec.



KILOMÈTRE 144
Sans effort, on enjambe ensuite le **rivière Saint-Maurice** pour se diriger vers **Cap-de-la-Madeleine** qui abrite le **Saint-Jacques-Batiste**. Sa beauté réside dans son architecture éclectique et ses dimensions imposantes. En lieu historique et site témoin de la colonisation et du développement de la religion catholique à l'époque de la Nouvelle-France, mais également de deux événements mémorables... On arrive ensuite dans le **village de Champlain** avec ses 200 bâtiments patrimoniaux, puis dans **Batiscan** dont l'histoire du Vieux presbytère semble à être entrée au milieu du 20^{ème} siècle.



KILOMÈTRE 205
Une pause plus longue s'impose à **Deschambault** pour visiter la monumentale place publique près de laquelle se trouvent **Péggie Saint-Joséph** et le **vieux Presbytère** ainsi que le complexe qui abrite à son entrée deux sculptures en émail émaillé. Il est agréable ensuite de faire demi-tour pour découvrir le promontoire du **Cap Latour** et de remonter le ruisseau de l'Église. Un peu avant le village se trouve le moulin à eau de **La Chevrotière** bâti en 1882 dans un joli cadre naturel.

Rechercher dans le blog

Catégories

- Actualité
- Plan de
- Météo
- Tourisme
- Événements
- Restaurants
- Autres

Articles les plus populaires

- VELOVOLANT - UN INCONTOURNABLE AU DIABLE VERT
- LE BAG-SAINT-LAURENT DU BON TEMPS EN RÉSERVE AU QUÉBEC MARITIME

Articles les plus commentés

- Le Bag-Saint-Laurent du Bon Temps en Réserve au Québec Maritime
- Dormir avec les loups au Parc Oméga
- 10 activités & expériences insolites au Québec
- 5 destinations hors des sentiers battus au Québec

Carnets de route

Site web (5)

www.quebecauthentique.com



• / Carnets de route

Carnets de route



Des idées pour...

- ... un séjour d'été en famille ou entre amis

Pour se ressourcer et s'amuser sans laisser personne sur sa liste de plaisir en: le parc national du Canada de la Mauricie est « la » bonne idée. Il propose des activités tout axées sur la nature, dont l'expédition en canot-camping sur certains des plus beaux lacs du parc. Avoir « son » chalet et vivre les vacances à son rythme au milieu d'une nature généreuse, c'est le propre d'un séjour en pousse-toi: celle du Lac Blanc, de Hémioku, du Domaine Babin et de Fan-à-Mouche ont tout pour plaire aux familles en quête de ressourcement, d'aventures et... de bonnes prises sur les lacs. On n'oublie pas de mettre de la saine et du spectacle dans son séjour estival en privant une visite de La Cité de Lévesque, à Shawingen: un étau de tout premier plan au Québec qui passionne à tout âge, et une sortie inoubliable en compagnie avec le spectacle Dragoo Tandis qu'à Trois-Rivières, c'est l'imcomparable Cirque du Soleil qui vous attend au nouvel Amphithéâtre Cagoo, à deux pas du parc portable.

- ... une escapade plaisirs d'automne

Elles animent le paysage: les couleurs sont là, et l'envie de combler tous les sens aussi. Pour le plaisir des yeux et l'entretien des médias, privilégiez une randonnée au parc national du Mont-Tremblant; sa couverture en essences feuillues garantit le spectacle. Après l'effort, deux invitations au confort. Celles des papilles sur les chemins de campagne de Lanaudière: les artisans du terroir du regroupement Gouttes Lanaudière: Circuits touristiques gourmands proposent tout ce qu'il faut et mieux encore pour un séjour mémorable au milieu des couleurs. Quant au ressourcement intégré, il vous attend par exemple à La Source Belle-Hendriève, un spa où le temps en le stress s'éloignent dans un cadre étonnant. Il en est de même au Baillon Eco-Village ou au GSDA Spa Sasoone, où vous serez la bonne idée de réserver votre hébergement. Le domaine du Baillon n'est jamais aussi beau qu'en automne et l'on y vit des expériences uniques, comme la conduite d'un troupeau de bétail à cheval, à la manière d'un cowboy.

- ... un bain d'hiver et de sensations

Ne vous laissez pas intimider par le thermomètre: descendre l'hiver au lieu de le subir! C'est peut-être ce que dire votre musher avant de vous enlever un moment de la conduite d'un troupeau à cheval pour partir à la conquête des grands espaces blancs. L'équipe de la Roundjoe Club Innema à Trois-Rivières est très douée pour cela. Pour des sensations plus intenses, la motoneige reste un must au Québec Authentique. L'Auberge du Lac Tenure, né partie de ses grands lieux de villégiature dans lesquels louer un ski-doo et accéder à plus de 4 000 km de sentier balisés est un jeu d'enfant. Et donner à la dure, par moins 30 degrés, dans un refuge rustique ou sous un toit? Confiez votre nuit à l'Auberge Refuge du Trapèze. Elle a ce qu'il vous faut, le savoir-faire autochtone en prime.



• / Été / Rencontres avec d'authentiques Québécois

Rencontres avec d'authentiques Québécois

Entre Québécois et Français, c'est une histoire d'amitiés et de rencontres qui dure depuis plus de 400 ans... car disons-le d'emblée, il existe entre nous un lien tout particulier. Nos racines communes, notre personnalité chaleureuse, notre culture mixte québécoise et franco-américaine, adossées à nos grands espaces, font de nous les « cousins » privilégiés des Français.

Les routes et circuits touristiques sont sans conteste la meilleure façon d'être en contact avec la population locale. Les propriétaires des établissements touristiques tout au long, souvent de très petites entreprises, vous offriront un accueil à la hauteur du plaisir et de la fierté de vous y recevoir.



Porte d'entrée sur la région, la route touristique le Chemin du Roy, historiquement premier axe de circulation terrestre officiel au Canada au temps de la Nouvelle-France, est une parfaite introduction avec son histoire et ses gens, à un ancien palais de justice reconstruit en musée, à un magasin général original, à encore un Bed and Breakfast dans une maison victorienne et au déjeuner légendaire... Côté routes et circuits touristiques, Gouttes Lanaudière pour gourmands assurés - et la route des rivières - traie alternatif pour se rendre au Saguenay-Lac-Saint-Jean aux parois et villages inoubliables, ne sont pas en reste côté rencontres: elles sont une incursion dans l'arrière-pays autochtones québécois.



Articles connexes

- Cabanes pour tous les genres
- Terrain de jeu parfait pour le canot
- Spas en nature, détente assurée
- Été indien dans les grands espaces
- Rencontres avec d'authentiques Québécois
- Rencontre avec une faune attachante

carnets de routes

et le parc Forillon constitue l'une des plus belles routes panoramiques du Québec, voire du Canada.

JOUR 13 - Parc Forillon / Parc (117 km, 11h)
Continuation vers le fameux rocher Percé, sculpté par le temps et la mer, à l'extrémité de la péninsule géoparcsienne. Le parc de l'Île-Bonaventure-et-du-Rocher-Percé se distingue par un site patrimonial historique, un passé géologique surprenant, une flore et une faune singulières dont la colonie de frai de bélugas mondialement connue.

JOUR 14 - Parc / Baie des Chaleurs (125 km, 10h)
Merveille libre pour profiter du magnifique petit village de Percé qui compte parmi les plus beaux villages du Québec. En après-midi, départs vers le port de la Gaspésie et le Site des Chaleurs. La région s'est taillée une réputation de franche hospitalité et de bons vivants amant le Blic.

JOUR 15 - Baie des Chaleurs
De nature généreuse, Bonaventure propose une belle plage sablonneuse. La Baie des Chaleurs porte bien son nom puisque ses eaux sont les plus chaudes du Québec. Un endroit parfait pour la balnadaie. D'une limpidité extraordinaire, la mer bleue-vertes vous invite quand à aller à une distance en canot.

JOUR 16 - Baie des Chaleurs / Parc du Bic (117 km, 10h)
Reprenez la route et traversez le panoramique vallée de la Matapédia jusqu'au parc du Bic. Situé dans l'estuaire maritime du Saint-Laurent, le parc national du Bic arbore avec fierté ses caps, ses baies, ses anses, ses îles et ses montagnes, emblèmes de sa renommée.

JOUR 17 Parc national du Bic
Dans le parc du Bic, nous vous conseillons vivement de faire l'observation des phoques au Cap-Carlou ou sur la Pointe-aux-Éperettes (dans la mer). Et pourquoi ne pas se laisser tenter par un petit pique-nique au Cap-à-l'Original ? La vue sur le Saint-Laurent promet de vous impressionner.

JOUR 18 - Parc du Bic / Bon-Sauvage-Caspeau (140 km, 10h)
Votre destination est le Bas-Saint-Laurent, situé sur la rive sud du Fleuve Saint-Laurent et connu pour ses petits villages pittoresques, tels que Kamouraska. Avec ses cochers de soleil, son riche patrimoine architectural et historique, le région émerveille toujours par la beauté et la sérénité de ses paysages.

JOUR 19 - Bas-Saint-Laurent / Québec (200 km, 10h)
Aujourd'hui, vous partez en direction du territoire de la francophonie en Amérique du Nord, la très belle ville de Québec. À votre arrivée à Québec, il ne vous reste qu'à découvrir cette ville et ses joyaux historiques, reconnus et protégés par l'UNESCO.

JOUR 20 - Québec
Profitez de votre passage dans la vieille capitale pour visiter la Place Royale et le Petit Champlain, en passant par le terrasse Dufferin et le Château Frontenac.

JOUR 21 - Québec / Montréal (212 km, 10h)
Derniers moments pour profiter de votre voyage chez nous. Départ en direction de l'aéroport de Montréal et embarquement pour le vol de retour.

EN SAVOIR PLUS
sur ce circuit, les hébergements, activités et séjours optionnels : www.authentiquecanada.com/fr/itineraire/itineraire-canada.html

PRIX ET CONDITIONS
À partir de 140 \$ / adulte 0 999 \$). La prix ne comprend pas le transport aérien, la location de voiture, les activités et séjours optionnels, les assurances voyage.
Promo - Réservation 10€ + 1
En réservant avant le 29 janvier 2016, choisissez l'un des deux premiers séjours offerts sur les balcons gratuits; location de GPS gratuit; valise de 10 articles.




Nom de l'entreprise
+ texte de 40 mots
+ site web

photo en vignette

LE QUÉBEC AUTHENTIQUE
LANAUVIÈRE • MARIÉVILLE

• 9 / Éte / Rencontres avec d'authentiques Québécois

Rencontres avec d'authentiques Québécois

Entre Québécois et Français, c'est une histoire d'amitiés et de rencontres qui dure depuis plus de 400 ans... car depuis le début, il existe entre nous un lien tout particulier. Nos racines communes, notre personnalité atypiques, notre culture mi-européenne et mi-américaine, additionnées à nos grands espaces, font de nous les « cousins » préférés des Français.

Les routes et circuits touristiques sont sans cesse en mesure de mieux vous faire en contact avec la population locale. Les propriétaires des établissements touristiques, tous au long, soucieux de très petites entreprises, vous réservent un accueil à la hauteur du plaisir et de la fierté de vous y recevoir.



Porte d'entrée sur la région, la route touristique Le Chemin du Roy, historiquement première voie de circulation terrestre officielle au Canada au temps de la Nouvelle-France, est une parfaite introduction avec son histoire et ses gens, tel un ancien palais de justice récemment en route, tel un musée général original. Si encore un lieu and breasted dans une maison victorienne et au déjeuné légendaire... Côté routes et circuits touristiques, Gaspésie Lanaudière pour gourmands assurés - et la route des rivières - soignée alternatif pour se rendre au Saguenay-Lac-Saint-Jean aux panoramas et légendes inoubliables, ne sont pas en reste côté rencontres, elles sont une occasion dans familles-pays authentiquement québécois.



Articles connexes

- Cabanes pour tous les genres
- Terrain de jeu parfait pour le canot
- Spas en nature, détente assurée
- Été indien dans les grands espaces
- Rencontres avec d'authentiques Québécois
- Rencontre avec une faune attachante

Adhésion - visibilité

◎ Consommateurs : Visibilité membres via les carnets de route (BtoC)

- > Magazine Québec le Mag, édition spéciale salon (Europe francophone)
 - > 30 000 copies (abonnés + 8 salons) * 3 éditions = 90 000 copies
 - > **2020 : 4 carnets de route, 2021 & 2022 : 2 carnets de route par année**
 - > **Nom de l'entreprise, texte de 40 mots, site Web, photo**

- > Site web www.quebeclemag.com (Europe francophone)
 - > **1 ou 2 carnets de route** dans le blogue, section itinéraire

- > Site web www.quebecauthentique.com
 - > **5 carnets de route avec hyperliens vers votre site web**
 - > **+ \$ Promotion des carnets** sur Facebook
 - > Page Lanaudière-Mauricie/ France : **2 offensives publicitaires par année**
 - > Page Québec le Mag : publication des carnets sur le fil d'actualité

Adhésion - Visibilités

◎ Consommateurs : autres visibilités membres (BtoC)

- > Site Web www.quebeclemag.com (Europe francophone)
 - > **1 présence garantie** dans un des 4 articles annuels de style TOP 15 **avec lien vers votre site Web**
 - > **+ \$ Promotion des articles** en vedette sur le site, sur la page Facebook de Québec le Mag et dans leur infolettre du mois

- > Site web www.quebecauthentique.com
 - > **1 fiche par membre avec hyperlien vers votre site Web et toutes vos coordonnées et un texte descriptif de l'entreprise**

- > Facebook (plans argent et or seulement)
 - > France : **1 ou 2 publicités par année garantie avec lien vers votre site web**

Visibilités

● Promotion additionnelle des membres (BtoB – BtoM)

- > Magazine Lanaudière-Mauricie
 - > **40 pages**, 5 000 copies (3 500 fr + 1 500 ang), sortie 31 octobre 2019, distribué en suivi de bourses et missions
 - > **8 pages de carnets de routes - Nom de l'entreprise, texte de 40 mots, site Web, photo**
 - > **6 pages Carnet d'adresse, avec vos coordonnées**

- > Outils de vente numérique Québec Original, section Lanaudière-Mauricie
 - > **1 fiche par membre avec photo**

- > Activités de représentation média (BtoM)
 - > 6 par année (3 bourses + 3 événements Québec Original)

- > Activités de représentation réseau de distribution (BtoB) – **FINANCEMENT 100 % ATR/DEC**
 - > 10 par année (2 bourses + 8 événements et missions commerciales Québec Original)

Adhésion - Visibilités



This is a screenshot of the 'Cabane à sucre Chez Dany' page on the website. The page features a large photograph of a woman in a red plaid shirt holding a wooden staff. The text on the page includes the name of the business, a description of the experience, and a 'Réserver en ligne' button. The website's logo and navigation menu are visible at the top and bottom.

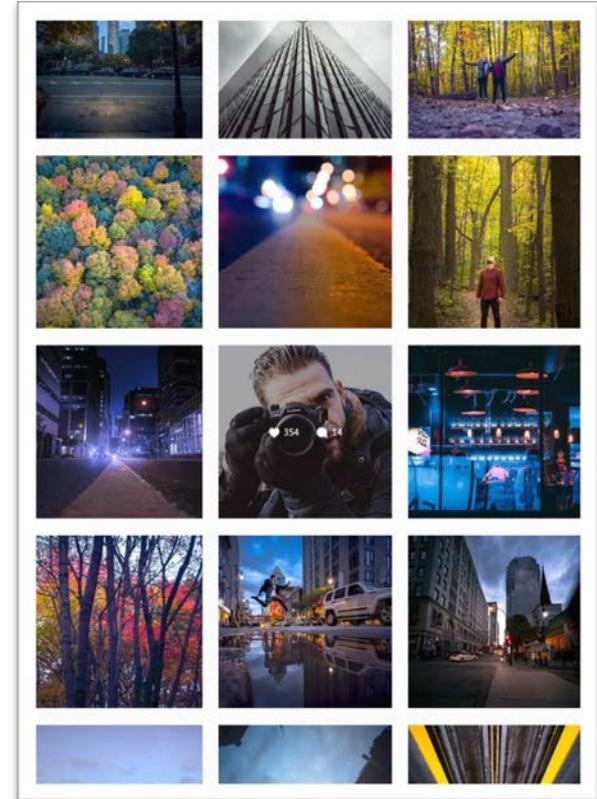
This is a screenshot of the Facebook page for 'Lanaudière-Mauricie, Le Québec Authentique'. The page features a profile picture, a cover photo, and a post titled 'Carnets de route'. The post includes a grid of photos showing various scenic views of the region, including lakes, mountains, and buildings. The text of the post describes the beauty of the region and encourages visitors to explore it. The page also shows the number of likes and comments on the post.

This is a screenshot of the 'Québec' website. The main headline reads 'ROAD-TRIP D'AUTOMNE SUR LE CHEMIN DU ROY - PARTIE 2'. The article features a large photograph of a road winding through a forest. The text of the article describes the beauty of the region and encourages visitors to explore it. The website's logo and navigation menu are visible at the top.

This is a screenshot of a mobile app interface. The main headline reads 'Finie l'hibernation!'. The app features a large photograph of a horse and a person in a winter setting. The text on the screen encourages users to explore the app's features. The app's logo and navigation menu are visible at the top.

Imagerie incluse (or/argent)

Photographe / vidéaste : Damien Lair



1 session sur 3 ans, selon le plan choisi :



Plan argent : 3 h / 5 photos livrées

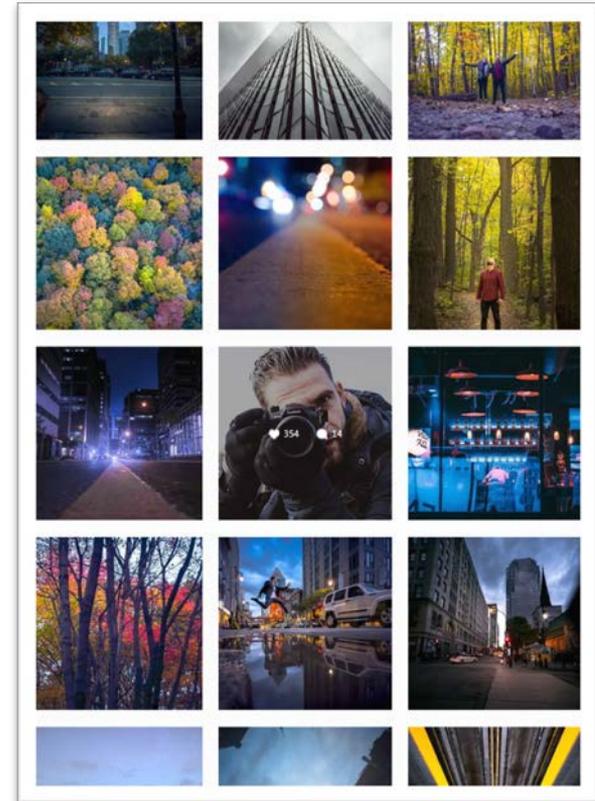
Plan or : 6 h / 7 photos + 1 vidéo 30 sec. livrées

Plans extérieurs et intérieurs de l'établissement. Une mini interview d'une personne clef de l'entreprise pour apporter un contenu plus professionnel et plus intéressant. Cette interview pourrait venir en voix off.

* Déplacement, hébergement et repas en sus.

Imagerie incluse (or/argent)

- Diffusion :
 - Membres argent : **1 post Instagram avec diffusion 1 des 5 photos réalisées sur le compte de QLM et celui de LMQA.** Cette diffusion serait répartie sur les 3 ans selon le moment pertinent.
 - Membres or : **diffusion sur la page FBK du QLM, et du LMQA** avec budget de promotion \$. Cette diffusion sera répartie sur les 3 ans selon le moment pertinent.
- Vidéo :
 - Plans extérieurs et intérieurs de l'établissement.
 - Une mini interview d'une personne clef de l'entreprise pour apporter un contenu plus pro et plus intéressant. Cette interview pourrait venir en voix off.
 - 1 demande de modification de maximum 30 minutes est comprise dans le devis (changement de 2 plans maximum). Toute modification supplémentaire sera facturée 75 \$ de l'heure.
- Mandat réalisé entre le 01 juillet 2019 et le 15 mars 2020. Tournages groupés d'1 semaine minimum. 1 seul déplacement par entreprise.
- Rendez-vous fixés avant par les Éditions Néopol et prises de vues préalablement décidées avec les personnes responsables
- L'adhérent s'engage à faire signer les formulaires de renoncement et responsabilité à tous les figurants directs et indirects.
- Droits d'utilisation des photos et de la vidéo: libre de droit, à vie pour l'entreprise, LMQA et les Éditions Néopol France.



Attraites, activités, événements, hébergement de destination

	Plan Bronze	Plan Argent	Plan Or
Magazine Lanaudière-Mauricie 40 pages, 5000 copies (BtoB)	1 carnet de route + carnet d'adresse	2 carnets de route + carnet d'adresse	2 carnets de route + carnet d'adresses + entreprise dans le portrait de destination et photo
Magazine Québec le Mag (BtoC) Éditions salons 2020-2021-2022	1 carnet de route 2020 1 carnet de route 2021 ou 2022	2 carnets de route 2020 2 carnets de route 2021 ou 2022	2 carnets de route 2020 2 carnets de route 2021 ou 2022
quebecauthentique.com	Fiche + 1 carnet de route \$	Fiche + 2 carnets de route \$	Fiche + 2 carnets de route \$ + présence en accueil (aléatoire)
Facebook QA	N/A	1 publicité /année \$	2 publicités / année \$\$
quebeclemag.com	1 top 15 par année \$ + 1 carnet de route \$	1 top 15 par année \$ + 2 carnets de route \$	1 top 15 par année \$ + 2 carnets de route \$
Photos / capsule vidéo	N/A	5 photos	7 photos + vidéo 30 sec
Outil de vente QO (BtoB, BtoM)	Fiche entreprise	Fiche entreprise	Fiche entreprise
Bourses média	Inclus	Inclus	Inclus
Bourses Réseau de distribution	Sans frais	Sans frais	Sans frais

Tarification

Attraits, activités, événements, hébergement de destination

	Bronze	Argent	Or
Net à payer pour 3 ans	1 428 \$	3 582 \$	6 495 \$
Facture par année	<u>476 \$</u>	<u>1 194 \$</u>	<u>2 165 \$</u>
Tarif annuel 2015-2018	813 \$	1337\$	2 561 \$

Attraits, activités, événements avec partenaire hôtelier urbain

	Visibilités du partenaire hôtelier
Magazine 40 pages, 5 000 copies (BtoB)	Carnet(s) de route + carnet d'adresses
Québec le Mag (BtoC) Éditions salons 2020-2021-2022	1 ou 2 carnet(s) de route
quebecauthentique.com	Fiche + carnet(s) de route \$ + lien vers votre site Web
www.quebeclemag.com	1 ou 2 carnets de route \$
Outil de vente Québec Original (BtoB, BtoM)	Fiche entreprise
Bourses média	Inclus
Bourses Réseau de distribution	Sans frais

Tarification

Attraits, activités, événements avec partenaire hôtelier urbain

	Bronze	Argent	Or
Net à payer pour 3 ans	1 769 \$	4 275 \$	7 728 \$
Facture par année	<u>590 \$</u>	<u>1 425 \$</u>	<u>2 576 \$</u>
Tarif annuel 2015-2018	1 085 \$	1 779 \$	2 947 \$

Options à la carte

A scenic view of a lake and mountains from a wooden observation deck during autumn. Two people are sitting on the deck, looking at a laptop. The sun is shining through the trees, creating a lens flare effect.

Publicité magazine

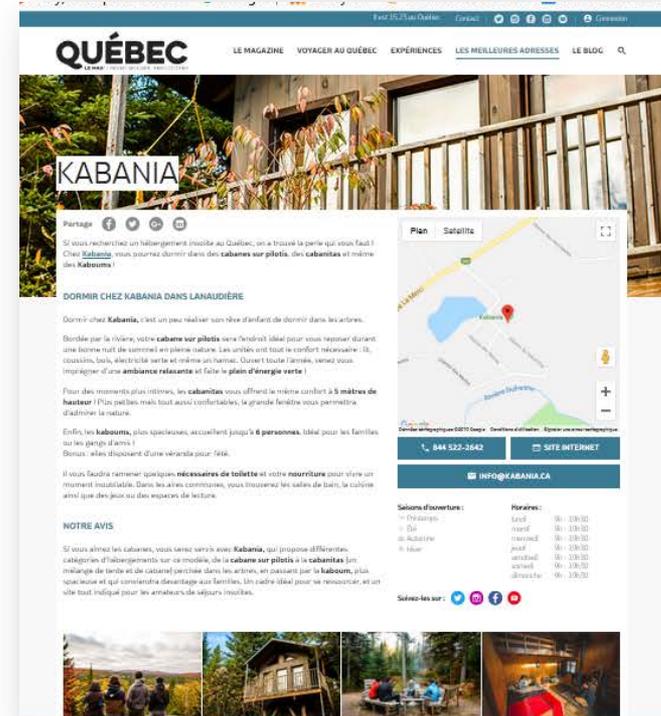
5 000 copies pour les bourses, salons, missions commerciales (BtoB)

Format	Membre PMI
¼ Page	320 \$
½ Page	641 \$
1 Page	1 282 \$
Page 1	1 474 \$
C-2 *	1 538 \$
C-3 *	1 346 \$
C-4 *	1 858 \$

* Les positionnements prestigieux seront octroyés par tirage au sort.

www.quebeclemag.com

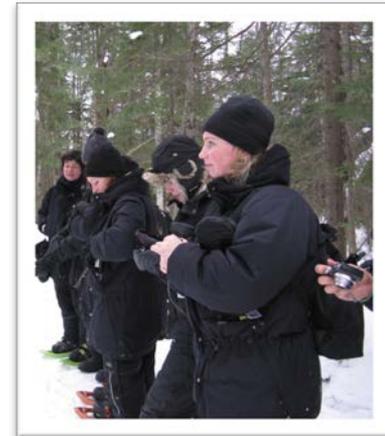
- **Fiche sur le site www.quebeclemag.com** pour une une durée de 1 an : **390 \$** au lieu de 490 \$.
- La fiche est liée aux articles de blogues (ex: les TOP 15) dans lesquelles votre entreprise apparaît, et inversement.
- **Package fiche pour 1 an avec push digital : 990\$** au lieu de 1 480 \$ incluant un « boost » sur les médias sociaux pour s'assurer de la meilleure visibilité possible. La cible est définie avec l'entreprise selon votre clientèle souhaitée.



Accueil journalistique & fam tour

- L'adhérent facture les coûts à l'ATR, selon les barèmes préétablis, accompagné d'une note de crédit de 55 % qui constitue votre investissement marketing. L'ATR remboursera à l'adhérent 45 % des coûts admissibles facturés, selon les plafonds établis.
- Barèmes des dépenses admissibles pour l'hébergement et la restauration :

Colonne1	Colonne3	Colonne4	Colonne5	Colonne6	Colonne7	Colonne8
Facturation par l'hôtelier				Total	Crédit 55 %	Net à l'entreprise
Hébergement / par chambre	95,00 \$	3,50%		98,33 \$	52,25 \$	46,08 \$
Repas / par personne	Déjeuner	Dîner	Souper	Total		
	20,00 \$	30,00 \$	54,00 \$	104,00 \$	57,20 \$	46,80 \$
	20,00 \$			20,00 \$	11,00 \$	9,00 \$
		30,00 \$		30,00 \$	16,50 \$	13,50 \$
			54,00 \$	54,00 \$	29,70 \$	24,30 \$
Activité motorisée / par véhicule						
Quad / motoneige (1 heure)	95,00 \$			95,00 \$	52,25 \$	42,75 \$
1/2 journée (à partir de 2 heures)	140,00 \$			140,00 \$	77,00 \$	63,00 \$
1 journée	210,00 \$			210,00 \$	115,50 \$	94,50 \$
Ponton (2 heures)	140,00 \$			140,00 \$	77,00 \$	63,00 \$
Activité non motorisée,	65,00 \$			65,00 \$	35,75 \$	29,25 \$
Spa nordique / personne	48,00 \$			48,00 \$	26,40 \$	21,60 \$
Traîneau à chiens / par personne						
1 heure	90,00 \$			90,00 \$	49,50 \$	40,50 \$
2 heures	120,00 \$			120,00 \$	66,00 \$	54,00 \$
1/2 journée	150,00 \$			150,00 \$	82,50 \$	67,50 \$



* Pour les blogueurs payés, cachet et transport seront honorés par l'ATR et DEC; les prestations devront être honorées gracieusement par les entreprises.

A wooden treehouse is built high up in a dense forest of tall, thin trees. The treehouse has a balcony and a staircase leading up to it. The word "treehouse" is written on a wooden sign attached to the structure. Sunlight filters through the trees, creating a dappled light effect on the ground. A stone wall is visible in the foreground, and a dirt path leads towards the treehouse.

Questions?

Échéancier

- Adhésion au PMI & pub magazine : **05 juin 2019**
- Date de tombée du matériel édito : **25 juin 2019**
- Date de tombée du matériel pub : **05 juillet 2019**
- Approbation des membres : **semaine du 22 juillet 2018**
- Parution du magazine : **10 octobre 2019**

Matériel à fournir

- ① Nombre et choix de carnet(s), 1 à 3 par ordre de préférence
- ① Choix d'expériences dans le(s) carnet(s) choisi(s)
- ① Fournir, par carnet/expérience(s) choisi(s) :
 - > Nom de votre entreprise
 - > Votre site Web à la page la plus pertinente (fr & ang)
 - > Photo relative à(aux) l'expérience(s) choisie(s)

* Textes rédigés par les journalistes de Québec Le Mag

Merci!

