



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

PIS TOI, C'EST QUAND TU VIENS PASSER TES VACANCES?

Par Pascale Charlebois

Amos, 24 mai 2016 – Tourisme Abitibi-Témiscamingue a profité aujourd'hui de l'accueil du Refuge Pageau, un attrait touristique incontournable de la région, pour dévoiler sa campagne promotionnelle estivale 2016.

Prolongement du «*Pis toi... c'est quand tu viens passer tes vacances?*» de l'année dernière, cette campagne souhaite présenter l'Abitibi-Témiscamingue comme une destination touristique excentrique et fière de sa culture tout en mettant en lumière les gens d'ici et en promouvant les meilleurs projets CULTURAT, par exemple celui de circuit de fontaines artistiques.

« Les arts et la culture sont en pleine effervescence, ajoute Émilien Larochelle, président de Tourisme Abitibi-Témiscamingue. La région jouit d'une énergie particulière bien palpable. L'heure est venue de mettre en valeur nos bons coups sur le plan touristique. »

Les vidéos promotionnelles réalisées par Dominic Leclerc s'inspirent de la thématique des cinq sens de la campagne de Tourisme Québec, dont TAT est partenaire, en misant sur un design sonore, qui rappelle immédiatement les diverses sensations que l'on peut ressentir dans la région. Ces capsules vidéo seront grandement diffusées sur le Web et dans les médias sociaux.

« L'approche marketing de TAT se base encore cette année sur le numérique et profite du côté évolutif et constant des médias sociaux, précise Stéphanie Lamarche, directrice marketing et communication de Tourisme Abitibi-Témiscamingue. Nous serons très actifs dans les médias sociaux. Les vidéos et notre blogue sont au cœur de la stratégie de contenu. La culture, le mototourisme et le plein air seront les produits porteurs de la campagne. Des placements Web ciblés seront faits sur les marchés visés, soit la grande région de Montréal, l'Outaouais, l'Ontario et la France. »

Afin de mettre de l'avant la culture bouillonnante de la région, TAT invitera aussi les touristes à participer à un vaste concours qui durera tout l'été et qui leur donnera la chance de gagner l'un des trois séjours culturels en Abitibi-Témiscamingue.

Ce concours sera lancé au début du mois de juin 2016. C'est toutefois avec une tournée de blogueuses en road trip que TAT débutera la saison. Les cinq filles visiteront les cinq MRC.

Nous suivrons leurs aventures en images, en vidéo et en mots sur les médias sociaux puisqu'elles utiliseront les mots-clic #pistoï et #RoadtripAT. Elles rappelleront sans doute aux touristes que, puisque l'Abitibi-Témiscamingue se découvre surtout par les routes, autant en profiter!

Les relations de presse sont aussi une part très importante de la stratégie d'exportation de la région. De nombreuses tournées sont sur la table à dessin et verront le jour dans les prochaines semaines. TAT fera découvrir l'Abitibi-Témiscamingue à des journalistes et des influenceurs spécialisés en voyage.

« Ces actions ne seraient pas possibles sans la collaboration des intervenants touristiques, des hôteliers ainsi que de nos partenaires, qu'ils soient de la région ou d'ailleurs, tels que Tourisme Québec, Développement économique Canada ainsi que Destination Canada. Travailler ensemble pour réussir! C'est ce que nous privilégions », conclut M. Larochelle.

– 30 –

Source :

Pascale Charlebois

Responsable des relations de presse

819 762-8181, poste 110

pascale@atrat.org