

*La route est belle.*



## **une image de marque qui prend tout son sens!**

**Centre-du-Québec, 11 juin 2012** – C’est le lundi 11 juin, dans une ambiance conviviale à la hauteur de l’accueil des Centricois, que Tourisme Centre-du-Québec a procédé au lancement de la saison touristique estivale 2012. C’est ce moment qu’a choisi l’Association touristique régionale (ATR) Centre-du-Québec pour annoncer ses stratégies marketing, les performances de la région ainsi que l’importance de son image de marque.

Après une année complète de positionnement, l’image de marque « *La route est belle. Le temps est bon.* » prend définitivement tout son sens en 2012. « Le but ultime dans l’ensemble de nos stratégies marketing est de faire sortir les gens des autoroutes et de leur faire découvrir la multitude de bijoux touristiques dont regorgent le Centre-du-Québec. Avec nos circuits et routes thématiques, comme la Route des trouvailles gourmandes, la Route des Navigateurs ou encore nos circuits vélo et moto, on démontre l’importance de réseauter nos petits trésors cachés et ainsi mettre en valeur ces entreprises touristiques aux yeux des touristes. Avec la firme Soleil Communication, nous avons réussi à trouver une idée rassembleuse où tout le monde, peu importe le secteur d’activités, peut s’y joindre pour faire la promotion de notre magnifique région. », a souligné madame Céline Rousseau, directrice marketing de Tourisme Centre-du-Québec.

En plus de séduire la clientèle touristique, l’ATR Centre-du-Québec se fait un devoir d’informer ses futurs visiteurs. Grâce aux différentes stratégies mises en place pour augmenter la performance du site Web ([www.tourismecentreduquebec.com](http://www.tourismecentreduquebec.com)) et du site mobile ([m.tcdq.com](http://m.tcdq.com)), Tourisme Centre-du-Québec est allé chercher un positionnement de choix dans la planification des vacances. Du 1<sup>er</sup> juin 2011 au 1<sup>er</sup> juin 2012, le site [www.tourismecentreduquebec.com](http://www.tourismecentreduquebec.com) a reçu plus de 225 000 visites en provenance du Canada, de l’Europe et des États-Unis, ce qui constitue une augmentation de 59 % par rapport à 2010-2011. De plus, après 10 mois d’utilisation, le site mobile [m.tcdq.com](http://m.tcdq.com) performe très bien avec un peu plus de 7 500 visites.

Les actions sur les médias sociaux (Facebook, Twitter, Flickr, Youtube et Pinterest) sont également payantes pour la région. À titre d'exemple, Facebook se classe en première position dans les sites référents, ce qui amène une source de trafic non négligeable.

Pour informer une clientèle déjà de passage au Centre-du-Québec, deux bornes d'information seront installées au Carrefour de l'Érable à Plessisville et au nouveau Madrid 2.0 à Saint-Léonard-d'Aston en août 2012. Les gens retrouveront toute l'information touristique nécessaire à la planification de leur séjour dans la région. Évidemment, les visiteurs provenant du Québec ou d'ailleurs peuvent compter sur les outils promotionnels de Tourisme Centre-du-Québec pour bien préparer leurs vacances. En commandant par téléphone ou par le [www.tourismecentreduquebec.com](http://www.tourismecentreduquebec.com), ils pourront recevoir gratuitement le Guide touristique officiel 2012-2013, la carte cyclotouristique avec ses 25 circuits, la carte mototourisme comprenant 9 circuits en association avec Tourisme Chaudière-Appalaches, le Guide des sites d'observation ornithologique et les dépliants de nos différentes routes touristiques : la Route des Antiquaires, la Route des Navigateurs et la Route des trouvailles gourmandes.

[www.tourismecentreduquebec.com](http://www.tourismecentreduquebec.com)

-30-

Source :  
Isabelle Hallé, responsable des communications  
Tourisme Centre-du-Québec  
819 364-7177, poste 302  
[ihalle@tourismecentreduquebec.com](mailto:ihalle@tourismecentreduquebec.com)