

Lancement d'une toute première campagne promotionnelle 100 % bas-laurentienne

Le secteur touristique peut enfin redire *Bonjour!* à la visite.

Rivière-du-Loup, jeudi 18 juin 2020 – Tourisme Bas-Saint-Laurent a mis sur pied une toute première campagne estivale pour les Bas-Laurentiens afin qu'ils (re)découvrent leur région et qu'ils deviennent des ambassadeurs convaincus. Distribution du guide touristique, diffusion de chroniques radio et télé, partage de billets de blogue inspirants et animation constante des réseaux sociaux sauront inspirer les vacanciers à *#PrendreLeTemps*.

« C'est une saison pas comme les autres, alors ça sera une campagne estivale pas comme les autres! Ce n'est pas habituel pour nous de parler aux gens du Bas-Saint-Laurent. Notre mission c'est d'attirer des gens d'ailleurs à venir passer leurs vacances ici. Cette fois-ci, on veut donner le goût aux Bas-Laurentiens de sortir, de partir à la découverte de la région, de renforcer leur sentiment d'appartenance, de les sensibiliser à l'importance de l'industrie touristique régionale et d'en faire des ambassadeurs régionaux convaincus et convaincants. », lance Pierre Fraser, coordonnateur marketing à Tourisme Bas-Saint-Laurent.

La campagne se décline en plusieurs volets tout au long de l'été. Dès la semaine du 22 juin, tous les habitants du Bas-Saint-Laurent recevront le guide touristique officiel 2020-2021 dans leur publisac. Ce guide leur sera utile pour découvrir la région certes, mais aussi pour participer aux différents concours qui auront lieu durant l'été.

Des chroniques touristiques seront produites tant à la télé qu'à la radio pour informer la population sur ce qu'il est possible de faire cet été. Les partenaires de Tourisme Bas-Saint-Laurent sont aussi mis à contribution pour cette campagne par leur participation à la création de contenu de billets de blogue, de chroniques touristiques et pour offrir des forfaits lors d'un concours.

De plus, les lieux d'accueil et d'information touristique seront ouverts dès le 24 juin afin de renseigner la clientèle de façon sécuritaire, sur les activités offertes dans la région.

« À l'image des entreprises touristiques qui ont été résilientes et persévérantes, l'équipe marketing a mis les bouchées doubles pour offrir une campagne à vous rendre fier d'être bas-laurentien, mais aussi afin de soutenir les entrepreneurs de la région qui sont souvent des membres de votre famille, des amis, des voisins... » affirme Pierre Lévesque, directeur général de Tourisme Bas-Saint-Laurent.

Avec un printemps peu commun, les beaux jours nous font réaliser que l'été est à nos portes et qu'il est temps de penser à ses vacances... au Bas-Saint-Laurent.

- 30 -

*Le mandat de Tourisme Bas-Saint-Laurent est de positionner la région du Bas-Saint-Laurent comme une des principales destinations vacances au Québec ainsi que de susciter le développement de l'offre touristique et d'en faire la mise en marché. Le tourisme au Bas-Saint-Laurent, un secteur de l'économie essentiel : **850 entreprises, 7 800 emplois, 1,1 M de visiteurs et 345 M\$ en retombées touristiques annuellement**. Les actions de promotion de Tourisme Bas-Saint-Laurent sont rendues possibles grâce au partenariat avec Tourisme Québec.*

Source : Karine Lebel, Communications
Tourisme Bas-Saint-Laurent
418 867-1272 #106 / karinelebel@bassaintlaurent.ca