

Du nouveau dans la *Réserve mondiale de bon temps!*

Témiscouata-sur-le-Lac, le 7 juin 2016 – Le Bas-Saint-Laurent connaît des augmentations d’achalandage constantes depuis quelques années. Près d’un million de visiteurs sillonnent la *Réserve mondiale de bon temps* chaque année et laissent plus de 150 M\$ en retombées. Les innovations des attraits, les nouvelles entreprises touristiques, les événements d’envergure aide à bonifier la campagne de promotion estivale. Cette dernière s’élève à plus de 650 000 \$ et vise à maintenir l’engouement des visiteurs envers le Bas-Saint-Laurent.

Nouveautés dans la région

Une toute nouvelle route touristique officielle fait son apparition dans le paysage bas-laurentien. De Dégelis à Sainte-Luce, en passant par Lac-des-Aigles, la **route des Monts Notre-Dame** vous offre des paysages saisissants parsemés de lacs et de rivières qui côtoient les champs et les pâturages sur 163 kilomètres. Un carton promotionnel intitulé *Tous les chemins mènent au bonheur* sera distribué partout afin de promouvoir les trois routes touristiques du Bas-Saint-Laurent, créant ainsi un véritable tour signalisé de la région.

Cet été, l’ancien presbytère du quartier Escourt à Pohénégamook sera animé avec l’ouverture toute récente de la microbrasserie **Le Secret des Dieux**. Vous pourrez observer le travail du brasseur, déguster huit types de bières et des mets régionaux dans un salon de style pub anglais et apprécier la terrasse extérieure.

Du 15 juin au 15 juillet 2016, le **Site historique maritime de la Pointe-au-Père** battra au rythme des *Beatles* grâce à un artiste peintre, Stéphane Dufresne, qui transformera le nez du sous-marin Onondaga en une fresque unique et psychédélique en l’honneur des 50 ans de la célèbre chanson *Yellow submarine*. La prestation artistique pourra être vue en direct à partir du site Web, de même que la programmation complète entourant l’événement.

À tout cela s’ajoute la nouvelle vocation du **Musée québécois de l’agriculture et de l’alimentation**, anciennement le Musée François-Pilote de La Pocatière, l’immense zone aquatique installée sur le lac en face du centre de villégiature 4 saisons **Pohénégamook Santé Plein air**, le village de tentes Huttopia (prêt-à-camper) au **parc national du Lac-**

Témiscouata – secteur Dégelis ainsi que toutes les activités estivales à caractère culturel du Bas-Saint-Laurent : théâtres d’été, spectacles en salles et extérieurs, festivals et événements, etc.

Pour bien planifier son séjour

Depuis leur sortie en avril dernier, plus de 60 000 **guides touristiques officiels du Bas-Saint-Laurent** ont trouvé preneurs et des milliers d’envois postaux ont été acheminés à des curieux et passionnés du Bas-Saint-Laurent. Le magazine **À la BSL! édition gourmande**, paru l’été dernier, est toujours aussi demandé, consulté et applaudi, la **carte régionale du réseau cyclable du Bas-Saint-Laurent**, le **carnet mototourisme Bas-Saint-Laurent/Gaspésie** ainsi que la brochure de la **route des Navigateurs** sont des documents d’information toujours appréciés des touristes et disponibles également sur le site de Tourisme Bas-Saint-Laurent par la poste ou en version numérique. Les 10 lieux d’accueil touristiques du Bas-Saint-Laurent, quant à eux, sont fin prêts à accueillir les visiteurs et à leur offrir un service régi par une nouvelle norme de qualité **Fiers de vous accueillir**.

Promotion régionale

Une publicité télévisuelle de 30 secondes est en ondes depuis la mi-mai sur différentes chaînes de télévision spécialisées du Québec, soit Évasion, Argent, Addik, Casa, Moi & Compagnie, TV5, ARTV, Ici Radio-Canada Télé – Québec, sur les canaux d’information continue LCN et RDI, ainsi que sur les chaînes de la région.

En soutien, plusieurs placements publicitaires imprimés paraîtront tout au long de la saison en partenariat avec des membres et des partenaires de Tourisme Bas-Saint-Laurent. La région s’affiche, entre autres dans le Guide des vacances au Québec (SATQ), la brochure Notre Québec du journal La Presse et de La Presse+, les magazines Géo Plein Air, Vélo Mag, Le Must, Zeste, Goûtons Le Québec et Destination Famille. Un cahier spécial **Effet Wow - Bas-Saint-Laurent** sera aussi publié dans l’édition du journal Le Soleil du 12 juin prochain.

Présence sur les médias sociaux

Toujours dans le souci de faire connaître la région et ses attraits, Tourisme Bas-Saint-Laurent est très actif sur les réseaux sociaux. Avec [Facebook](#), [Twitter](#) et [Instagram](#), les abonnés sont toujours à l’affût de concours, des activités à ne pas manquer et des événements en cours. Différentes infolettres estivales sont également envoyées à nos **18 000 abonnés passionnés** de la *Réserve mondiale de bon temps!*

Campagne ViensVoirLesBaleines.com

En partenariat avec Tourisme Québec, l’Alliance Éco-Baleine, les régions du Bas-Saint-Laurent, de Manicouagan et de Charlevoix, le Québec maritime et Tourisme Rivière-du-Loup,

une troisième campagne d'envergure sur le produit baleine et fleuve bat son plein afin d'inciter la clientèle québécoise et ontarienne à s'offrir une croisière aux baleines pendant leurs vacances et à visiter nos régions. Souvent associées à la rive nord du fleuve et à la région de Tadoussac, ces croisières sont aussi offertes à partir du quai de Rivière-du-Loup. Microsite dédié, offre de forfaits, message publicitaire télévisé, commandite d'une émission estivale populaire, achat de mots-clés, de bannières et de publicités Facebook représentent l'essentiel des actions de cette campagne qui nécessite un investissement de 600 000 \$.

Le Québec maritime

En plus de la campagne estivale de Tourisme Bas-Saint-Laurent, 1,5 M\$ sont investis par le Québec maritime pour promouvoir les régions de l'Est du Québec sur les marchés hors Québec et internationaux, dont l'Ontario, les États-Unis et la France.

Le mandat de Tourisme Bas-Saint-Laurent est de positionner la région du Bas-Saint-Laurent comme une des principales destinations vacances au Québec, 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 et plus de 150 M\$ en retombées annuellement. Les actions de promotions de Tourisme Bas-Saint-Laurent sont rendus possible grâce au partenariat avec Tourisme Québec.

- 30 -

Information : Karine Lebel, communication
pierrefraser@bassaintlaurent.ca

Source : Pierre Fraser, marketing
 Tourisme Bas-Saint-Laurent
 (418) 867-1272 / 1 800 563-5268
karinelebel@bassaintlaurent.ca

Publicité Bas-Saint-Laurent été 2016 - www.youtube.com/watch?v=V-RMiSXRvSM

Campagne viensvoirlesbaleines.com - www.youtube.com/watch?v=LLcX2pbj00

Le site Internet de Tourisme Bas-Saint-Laurent - www.BasSaintLaurent.ca

Concours « Prescription » et « La Grande Chasse aux couchers de soleil » –
www.couchersdesoleil.com / www.sunsetbsl.com

Facebook - www.facebook.com/tourismebassaintlaurent

Twitter - <https://twitter.com/TourismeBSL>

Instagram - <https://instagram.com/bassaintlaurent/>

Consultez notre collection [d'outils d'information en ligne](#)