



# LA MATAWINIE

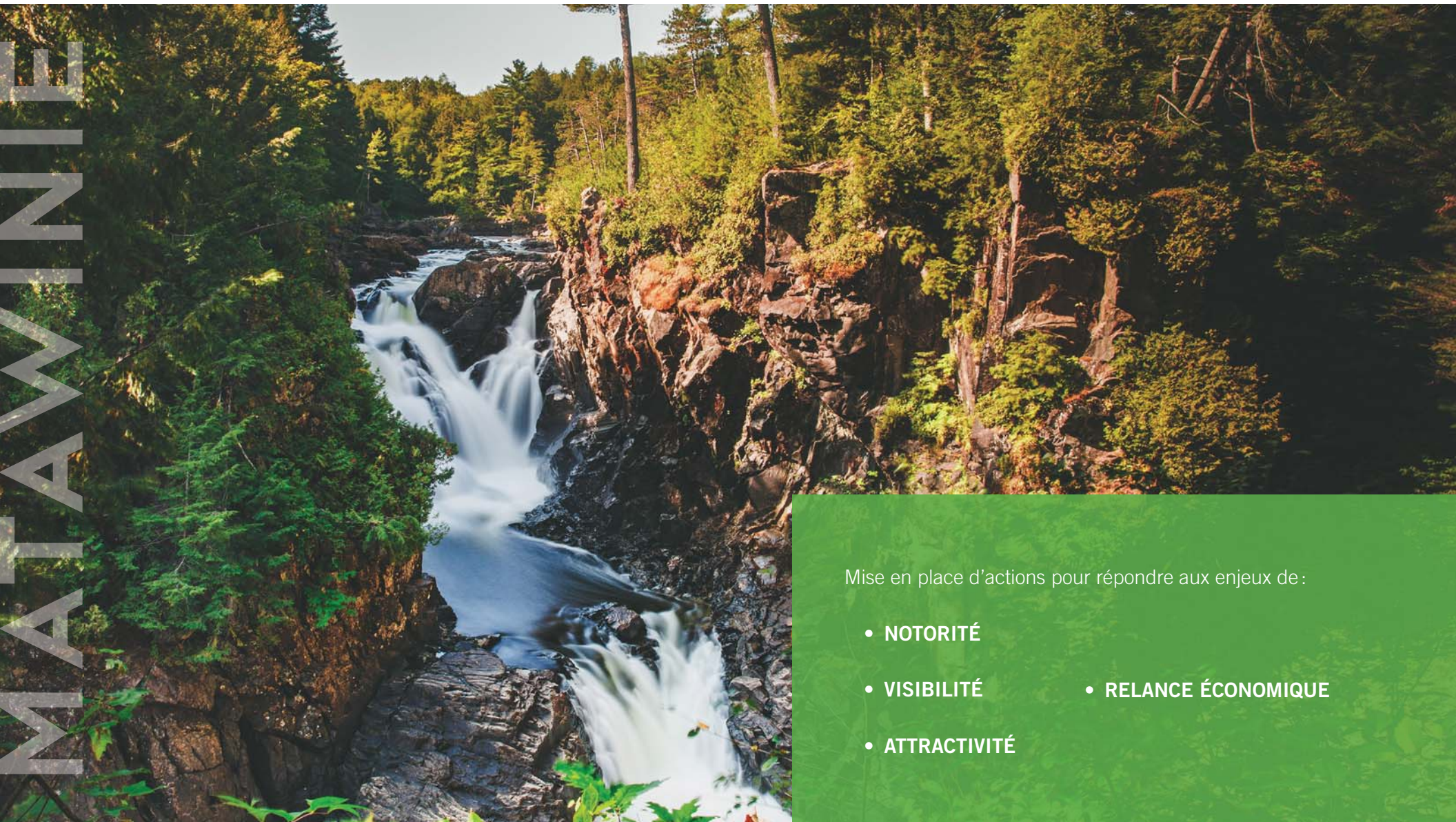
DÉVELOPPER SA NOTORIÉTÉ

© Tourisme Lanaudière, Jimmy Vigneux



## MISE EN CONTEXTE

- La démarche de **planification stratégique** a été lancée par les acteurs du milieu;
- Le moment de réflexion collective a réuni 130 personnes et a mis en exergue les enjeux majeurs du territoire;
- La conclusion la plus consensuelle : La Matawinie est insuffisamment connue.



Mise en place d'actions pour répondre aux enjeux de :

- NOTORITÉ
- VISIBILITÉ
- RELANCE ÉCONOMIQUE
- ATTRACTIVITÉ

## OBJECTIFS

Positionner la marque Matawinie.

Lui donner une image mobilisante et innovante afin :

- De stimuler son développement économique en attirant des investissements extérieurs;
- De développer son secteur touristique;
- D'attirer de la main-d'œuvre;
- D'accroître la fierté de sa population;
- De diminuer l'exode de sa population et de voir à son accroissement;
- De favoriser le développement de l'entrepreneuriat.

## NOS PARTIS PRIS



### SIMPLICITÉ

Montrer la Matawinie  
telle qu'elle est :  
brute et sauvage

### CONCRET

Un concept basé  
sur des éléments  
tangibles  
pour favoriser  
l'implication

### IMMERSION

Une démarche  
de proximité auprès  
des publics fondée  
sur des expériences  
immersives pour  
impliquer et gagner  
en notoriété

### PARTAGE

Un appel  
au partage  
(expériences,  
émotions, ...)

### SURPRISE

Faire réagir/  
attirer l'attention



# CONCEPT

# LE SCEAU QUI SE DÉMARQUE



## APPLICATIONS COMBINÉES

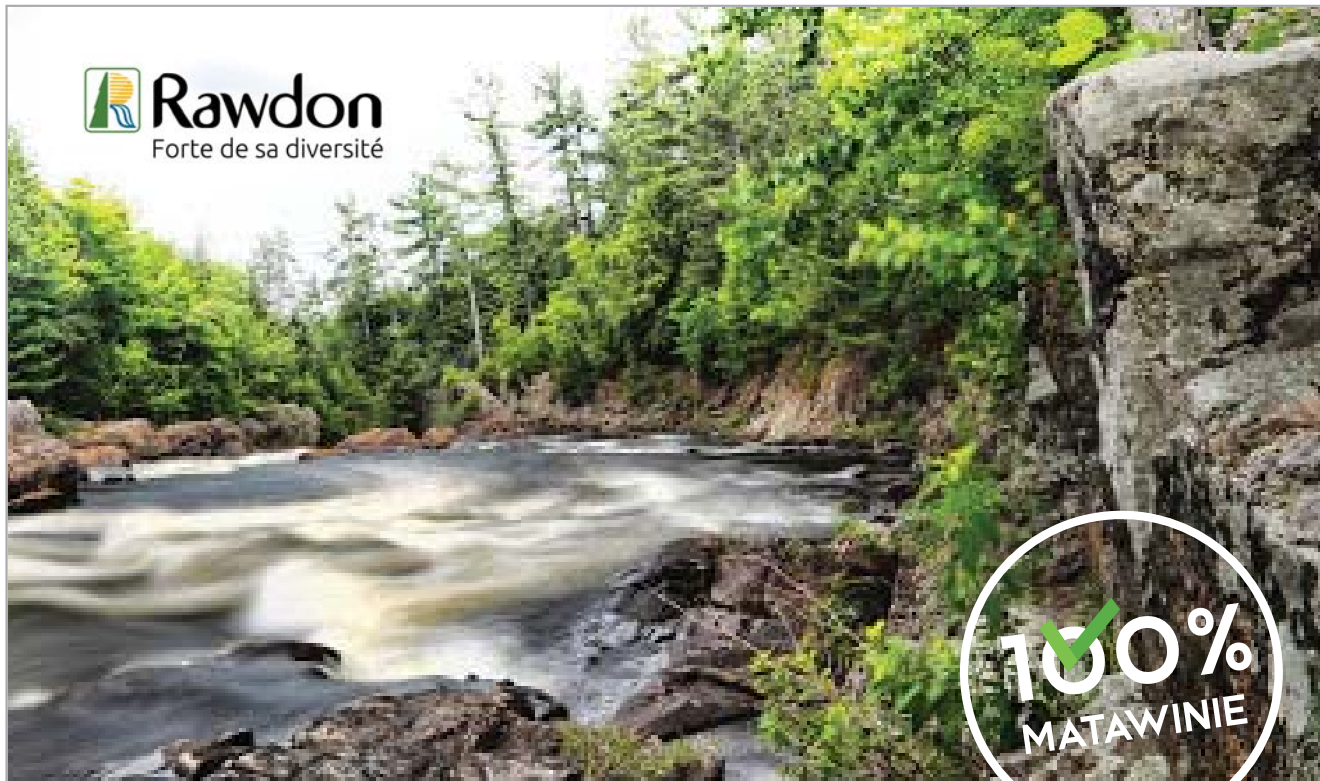




# APPLICATIONS COMBINÉES



## APPLICATIONS COMBINÉES



# APPLICATIONS COMBINÉES

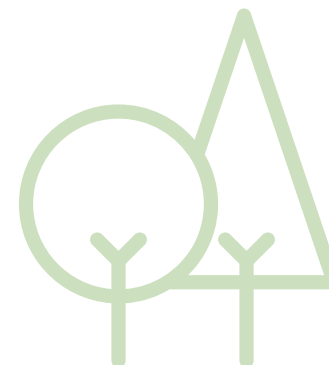


**La Matawinie**  
**16 bonnes raisons**  
**d'y aller !**



## 16 BONNES RAISONS D'Y ALLER...

- 
- Pour ses 16 localités d'exception
  - Pour y investir
  - Pour y lancer son entreprise
  - Pour y vivre en famille
  - Pour les activités de plein air
  - Pour sa cuisine du terroir
  - Pour sa richesse humaine
  - Pour sa nature luxuriante
  - Pour ses marchés locaux
  - Pour ses sentiers de randonnées
  - Pour ses traditions
  - Pour les sports d'hiver
  - Pour la chasse et la pêche
  - Pour les sports nautiques
  - Pour sa proximité
  - Pour ses parois d'escalade
- 





saint-M

saint-Côm



Rawdon



Saint-Zénon

PLAN D'ACTION

ionsse-Rpdriguez

sai



Chertsey



Saint-Jean-de-Matha



Sainte-Marcelline-de-Kildare

## STRATÉGIES

- Utilisation d'un **média de notoriété**, pour rapidement établir la reconnaissance de la marque Matawinie, ceci nous permet d'interpeller les publics et de faciliter la localisation de la région.
- Utilisation des **médias sociaux**.
- Déploiement sur le **terrain des outils de communication** aux couleurs de la Matawinie.
- Utilisation du nouveau **site internet** de la MRC de Matawinie pour véhiculer la campagne.



## MÉDIA DE NOTORIÉTÉ

- **Partenariat avec LCN**, chaîne de nouvelles en continue pour diffuser des messages publicitaires de 30 secondes.
- **3 messages publicitaires différents** pour véhiculer un message ciblé : touristique, économique et milieu de vie.
- Diffusion des messages en trois temps :

### 22 JUIN AU 17 JUILLET

Volet touristique

### 25 AOÛT AU 18 SEPTEMBRE

Volet économique

### 2 NOVEMBRE AU 27 NOVEMBRE

Volet milieu de vie



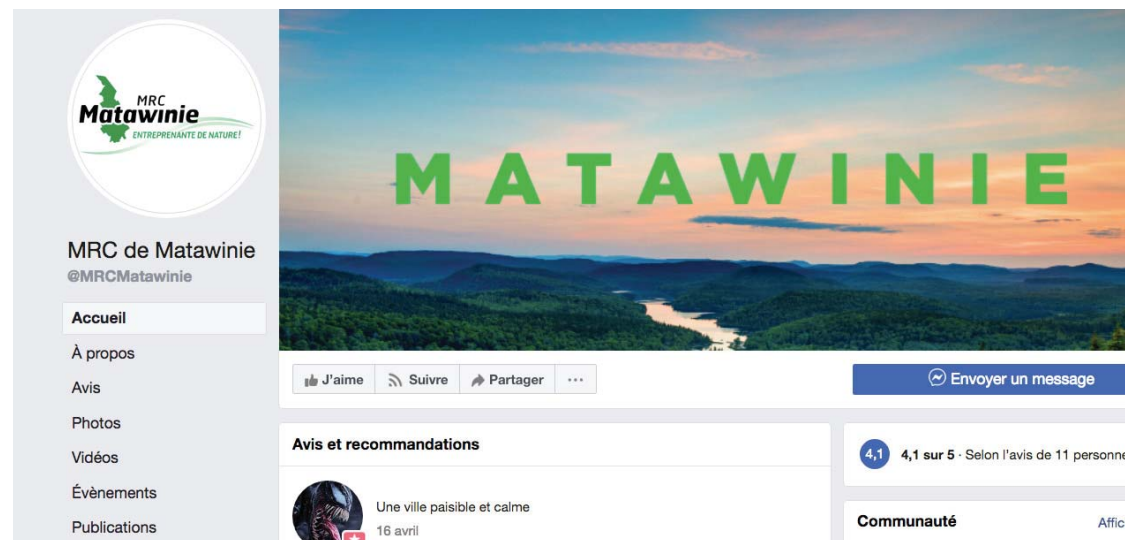


# SYNERGIE ENTRE FACEBOOK ET LA CAMPAGNE TÉLÉ



Facebook est en synergie avec la campagne publicitaire télé.

- Les publicités télévisées seront diffusées et publicisées sur FB pour augmenter la visibilité.
- Chaque vidéo publicitaire sera propulsée sur Facebook en **multi campagne**, et géociblée principalement sur :
  - La grande région de Montréal
  - La grande région de Québec
- Diffusion des vidéos existantes de la MRC de Matawinie pour ajouter et renforcer les messages publicitaires.



# NOUVEAU SITE INTERNET

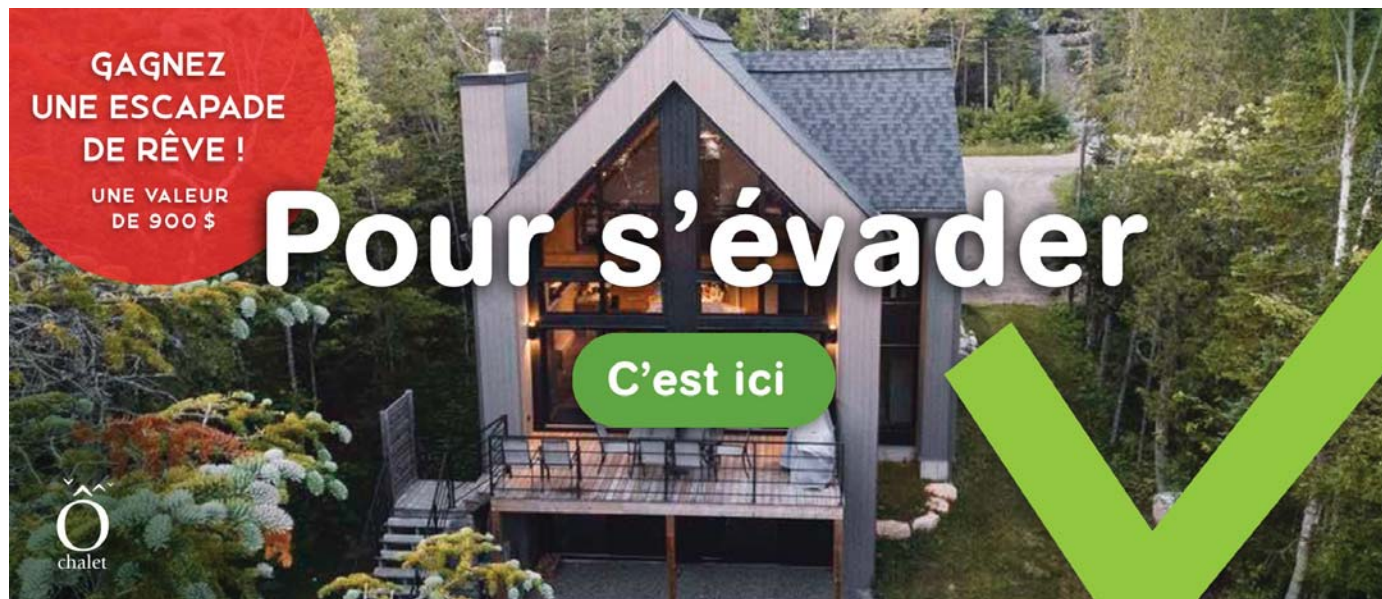
- La campagne est intégrée sur le **nouveau site internet** de la MRC de Matawinie via les bannières de la page d'accueil.
- Création d'une section pour **Découvrir la Matawinie**.



## CONCOURS TOURISTIQUE



- Du 22 juin au 17 juillet en synergie avec la campagne, un Concours pour la clientèle touristique est mis de l'avant sur le nouveau site de la MRC de Matawinie.
- Le Concours permettra d'augmenter le nombre de visiteurs sur le nouveau site internet.
- Le Concours sera propulsé via une campagne publicitaire FB.



# OUTILS DE COMMUNICATION POUR KIOSQUE D'INFORMATION



Tourisme et milieu de vie



Économie



## TROUSSE D'OUTILS DE COMMUNICATION



Autostatique apposé sur la porte  
des partenaires locaux

## CAMPAGNE DE NOTORIÉTÉ EN RÉSUMÉ



Une campagne télévisée sur LCN



Une campagne publicitaire ciblée sur FB



Un concours touristique sur FB et le site internet de la MRC



Des outils de communication aux couleurs de la MRC



crédits photos : © Tourisme Lanaudière