

OUTAOUAIS

tourismeoutaouais.com

A person with long brown hair, wearing a blue jacket and a yellow life vest, is seen from behind, paddling a canoe on a calm lake. The sun is setting in the distance, casting a warm glow over the water and the surrounding forested hills. The sky is a mix of blue and orange, with scattered white clouds. The water reflects the light from the sky and the surrounding landscape.

CAMPAGNE MARKETING ÉTÉ 2022

TABLE DES MATIÈRES



Présentation de l'équipe



Retour sur 2020-2021



Écosystème touristique



Orientations stratégiques



Stratégie média



Stratégie de communication



Stratégie de création



Tactiques média



Programme Ambassadeurs



Budget



RETOUR SUR 2020-2021

PLATEFORMES DE DIFFUSION

APPARTENANT À TO

- Site Web / Blogue
- Réseaux sociaux
- Infolettre
- Activation terrain
- Maison du tourisme

ACQUISES

- Journalistes / Blogueurs
- Partenaires
- Personnel de premières lignes

PAYANTES

- Pré-roll ciblés
- Bannières web
- Publicité Facebook / Instagram
- Magazine
- Publicité Adwords

SITE INTERNET

1^{er} janvier au 31 décembre 2021

PAGES VUES **2 112 580**

VUES UNIQUES **1 731 452**

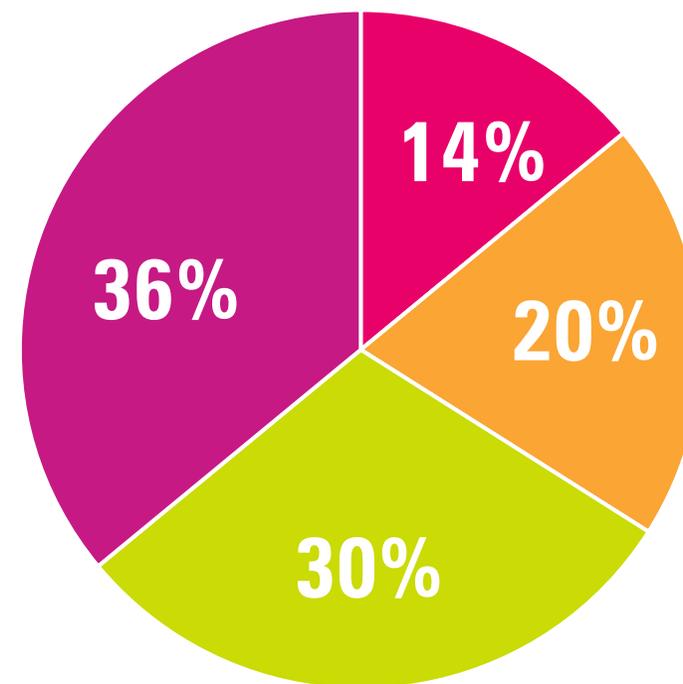
TEMPS PASSÉ **1:46**



COMPARATIFS

Augmentation de 11,8% de 2019 à 2021
Augmentation de 22,6% de 2020 à 2021

Provenance des utilisateurs



■ Ottawa ■ Montréal ■ Gatineau ■ Autres régions

MÉDIAS SOCIAUX

1^{er} janvier au 31 décembre 2021

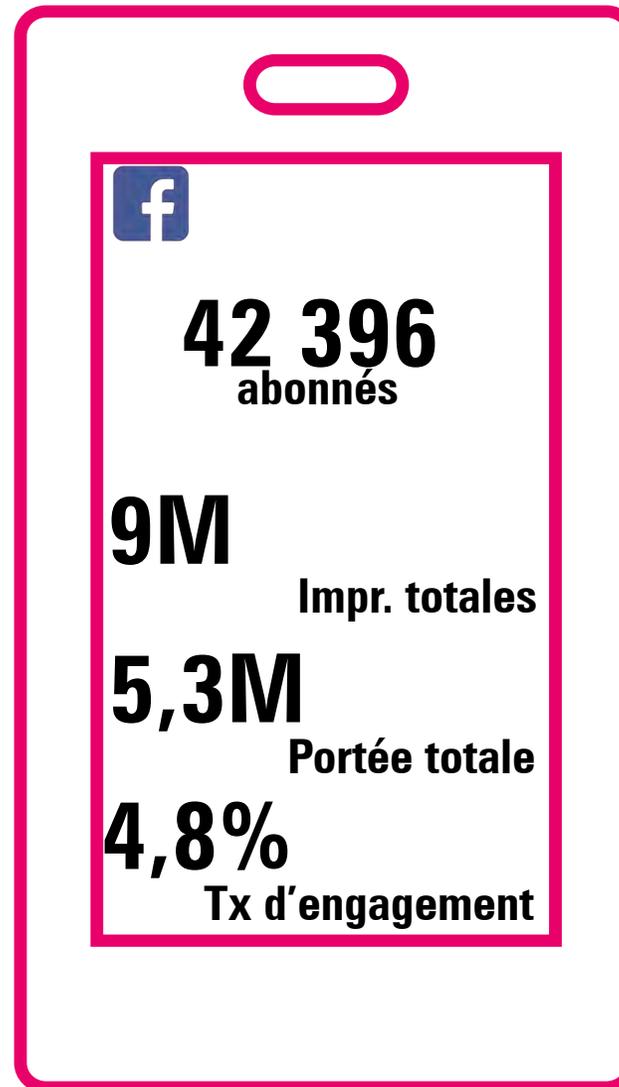
Augmentation notable du nombre d'abonnés des plateformes sociales et atteinte du plus grand nombre d'impressions totales à ce jour sur Facebook.



↑ **14,7%**



↑ **21%**



INFOLETTRE

1^{er} janvier au 31 décembre 2021

NOMBRE D'ABONNÉS

48 265

TAUX D'OUVERTURE TOTAL MOYEN

23,3%

TAUX DE CLICS TOTAL MOYEN

13,3%

NOUVEAUTÉ

Infolettre mensuelle de type « Quoi faire » et mise en place du blogue mensuel depuis janvier 2022.

OUTAOUAIS
tourismeoutaouais.com



Quoi faire en janvier ?

En ce début d'année, tout y est pour profiter du plein air à fond! Découvrez nos suggestions d'activités parfaites pour prendre l'air en ce mois de janvier.

[Lire le blogue](#)

Nous vous encourageons à consulter et à respecter les consignes de santé publique concernant la COVID-19 ainsi qu'à vérifier la disponibilité des attraits avant votre visite.

PASSE EN MODE
OUTAOUAIS



LA GATINEAU LOPPET : VERSION TOUT INCLUS

La course de ski de fond la plus réputée au Canada vous attend du 18 au 20 février! Grâce à l'expérience Outaouais, vivez cet événement sans dépenser temps et énergie à planifier votre séjour. Choisissez parmi l'un des 5 forfaits et le tour est joué!

[En savoir plus](#)

DES ATELIERS QUI DONNENT SOIF

Participez aux ateliers de dégustation du Soif - Bar à vin! En formule virtuelle, explorez des vins rouges d'Italie ou encore des pinots noirs. Chaque atelier comprend des canapés (pour 2 personnes) et trois bouteilles de vin. Le rêve!

[En savoir plus](#)

BILAN 2020-2021

Campagne numérique estivale (médias sociaux, bannières, pré-roll)

1^{er} mai au 31 octobre 2021

IMPRESSIONS
près de
27 millions

CTR
moyen
0,46%

CPC
moyen
2,80\$

Lexique

Impressions: Nombre de fois qu'une annonce est affichée

CTR (clickthrough Rate): Clics/Impressions

CPC: Coût par clic

BILAN 2020-2021

Campagne numérique estivale (SEM – moteur de recherche)

1^{er} mai au 31 octobre 2021

Nous avons atteint un CTR moyen beaucoup plus élevé que la moyenne des industries (1%)! Il est donc très pertinent pour Tourisme Outaouais d'investir en SEM.

IMPRESSIONS

plus de

356 000

CTR

moyen

10,13%

CPC

moyen

1,74\$

NOUVEAUTÉ

Depuis mars 2021, nous avons un compte SEM Grant.
Nous avons épargné plus de 46 000 \$ en 9 mois.

Lexique

Impressions: Nombre de fois qu'une annonce est affichée

CTR (clickthrough Rate): Clics/Impressions

CPC: Coût par clic

BILAN 2020-2021

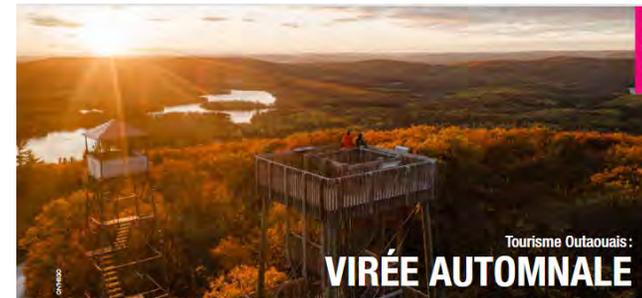
Quelques exemples de partenariats réalisés



Boîte 100% locale : projet mettant de l'avant les producteurs locaux de la région en offrant une boîte avec une dizaine de produits de toutes les MRC.



Virées automnales : objectif de faire déplacer les gens sur l'ensemble du territoire de l'Outaouais lors du coloris automnal.



EN OUTAOUAIS, LA NATURE BAT SON PLEIN 365 JOURS PAR ANNÉE. À L'AUTOMNE, SON CÔTÉ PHOTOGÉNIQUE PASSE À LA PUISSANCE 10. VOICI QUELQUES ENDROITS COLORÉS À METTRE DANS SA *BUCKET LIST*.

Collines-de-l'Outaouais: rando et vélo de montagne

Les trésors cachés du parc de la Gatineau sont nombreux. Secteur ouest, le sentier de la Chute-de-Luskville est à ne pas manquer avec son escarpement de près de 300 m menant aux belvédères et à la tour à feu. Au nord-est, la vallée du ruisseau Meech est parfaite pour une belle virée-bottines ou en vélo de montagne à travers de splendides paysages agricoles. Longeant les berges du lac, les sentiers du Lac Philippe – au nord du parc – sont idylliques.

Vallée-de-la-Gatineau: rando

L'automne est la saison idéale pour explorer le parc régional du Mont Morissette. Avec ses 13 km de sentiers balisés, c'est l'endroit parfait pour y admirer à son rythme l'explosion des couleurs. Au sommet de la jolie tour d'observation, la vue sur le lac Blue Sea – depuis longtemps appelé la perle de la Haute-Gatineau – est imprenable.

Petite Nation: rando, vélo et fatbike

On adore les 17 sentiers du Parc des Montagnes Noires de Ripon offrant 27 km de randonnée, de vélo de montagne et de fatbike. Une tour d'observation en met plein la vue: tout comme la belvédère du mont Grand-Ric, à 416 m d'altitude. Quant à la Réserve écologique de la Forêt-la-Blanche, ses 15 km de sentiers permettent de découvrir l'une des plus anciennes forêts de l'est de l'Amérique du Nord.

Pontiac: tyroliennes géantes et via ferrata

Les sensations fortes sont au rendez-vous au Parc Aventure des Chutes Coulonge. Au-dessus du canyon, la forêt de pins blancs offre des contrastes impressionnants durant la saison automnale. L'expérience de la Via Ferrata vaut le détour avec ses 600 m de «chemin de fer» sur la paroi rocheuse longeant la rivière.



BILAN 2020-2021

Quelques exemples de partenariats réalisés

Médias locaux

Pour être présents sur l'Outaouais, nous avons développé une stratégie dans différents médias locaux de la région :

- Journal :
 - Journal du Pontiac
 - La Presse touristique
 - Le Reflet
 - Le Droit
 - PostMedia (Ottawa Citizen et Sun)
- Radio : 104,7 Outaouais
- Spotify
- Velocity: affichage au Camp Fortune

Capsules touristiques au TVA 18h Gatineau-Ottawa

Au cours de l'été 2021 et l'hiver 2022, nous avons fait des capsules dans différents attraits de la région pour faire découvrir ou redécouvrir aux locaux, l'offre sur notre territoire.



Message radio au 104,7 Outaouais



[Capsule hivernale à la Base de plein air Air-Eau-Bois](#)

BILAN 2020-2021

Quelques exemples de partenariats réalisés



La destination web pour les inspirations décoration, roadtrip, restos & plus.



Site web consacré aux nouvelles, voyages, manger et sortir activités.



Section voyage : laissez-vous inspirer pour vos prochaines vacances.

Road trip en Outaouais: 8 hébergements insolites et campings à essayer

3 septembre 2021 12:00 | MISE À JOUR 3 septembre 2021 12:00



NARCITY

12 activités inusitées à faire en Outaouais pour un été inoubliable

Des idées qui sortent de l'ordinaire!

Catherine Marmen
Rédatrice pigiste de contenu sponsorisé, Studio

02 juillet, 2021 02:26 PM

Mis à jour il y a 20 décembre, 2021 01:59 PM

ROAD TRIP EN OUTAOUAIS: 7 ACTIVITÉS À FAIRE DANS LE PONTIAC CET AUTOMNE

8 octobre 2021 19:00 | MISE À JOUR 8 octobre 2021 19:00



STYLIAM BARRÉ - FOTOGRE



@rprendstesclics | Instagram, @five2nine_ca | Instagram

BILAN 2020-2021

Quelques exemples de partenariats réalisés

Oneland.media

Grâce à partenariat, nous avons obtenu du nouveau piétage vidéo pour les Chemins d'eau en moto et en voiture.

GÉO PLEIN AIR

Du plein air plein la vue. Magazine qui partage avec ses lecteurs sa passion de l'aventure.

Hooké

Magazine pour les passionnés de la pêche et de plein air. Tournage vidéo et photo réalisé à l'été 2020 et 2021. Contenu à sortir prochainement.



EN OUTAOUAIS, LE TERRAIN DE JEU EST IMMENSE ! PARLEZ-EN AUX AMOUREUX DE SPORTS D'HIVER, NOMBREUX À VENIR S'Y DÉGOURDIR LES JAMBES ET MUSCLER LEURS MOLLETS. ADEPTE DE RAQUETTE, DE SKI DE FOND OU DE VIRÉES EN FATBIKE ? VOICI CINQ ENDROITS OÙ PASSER À L'ACTION. Par Diane Laberge

Parc des Montagnes Noires de Ripon

Avec 17 sentiers totalisant 25 km, c'est le paradis de la raquette, du ski de fond et du fatbike. À travers une forêt de 800 acres mariant milieu forestier et paysage agricole, on craque pour les vues panoramiques sur la Petite Nation à partir du belvédère du Mont Grand-Pic (426 m) ou de la tour d'observation. Chiens en laisse bienvenus!

Parc de la Gatineau

Saviez-vous que le parc compte l'un des plus grands réseaux de sentiers de ski de fond en Amérique du Nord? Au programme: 200 km de sentiers en formule classique et pas de patin. On offre aussi 70 km de sentiers de raquette dont 40 km sont partagés avec les amateurs de fatbike.

Nakkertok Nordique

Tout près d'Ottawa, le plus grand club de ski de fond à l'est du Canada propose un accès illimité à 80 km de sentiers et une grande variété de terrains. Les pistes de ski de fond et de raquette sont ouvertes dès la mi-novembre – vive les canons à neige – et certaines sont éclairées pour les virées en soirée.

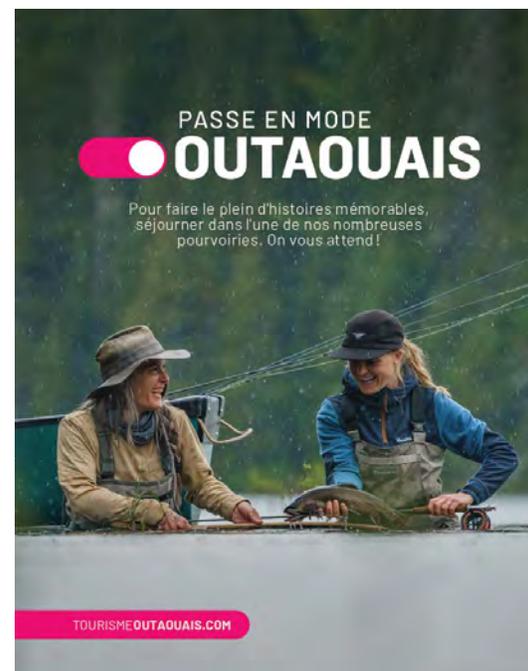
Sentiers du PERO

PERO – acronyme de Pôle d'excellence en récréotourisme en Outaouais – déroule ses tapis blancs sur 12 sentiers de raquette dont ceux de l'incontournable Parc régional du Mont Morissette offrant des vues spectaculaires sur le territoire.

Aventure Hélianthe

Les explorateurs vont adorer ce réseau de sentiers balisés sur 30 km traversant la forêt Davidson. Ici, l'expérience raquette ou ski hors-piste est aussi époustouflante que la vue sur la rivière des Outaouais, une fois au sommet.

PLANIFIEZ VOTRE SÉJOUR SUR TOURISMEOUTAOUAIS.COM



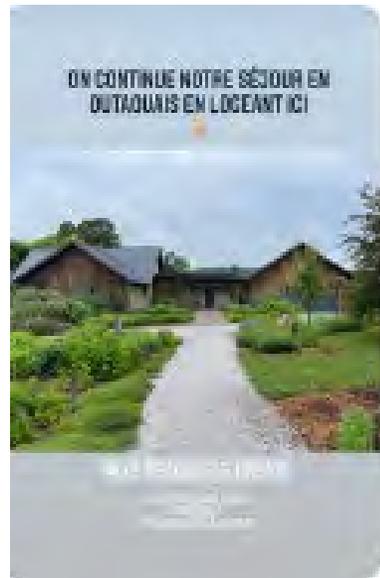
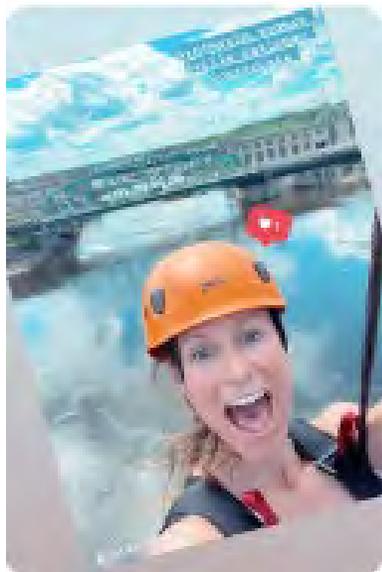
BILAN 2020-2021

Collaboration avec des influenceurs sur les réseaux sociaux

Lydiane autour du monde

FB : 121 500 abonnés

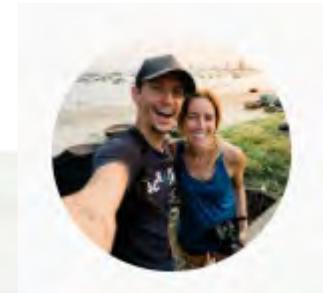
IG : 65 000 abonnés



Alex & MJ – On the GO

YT : 18 000 abonnés

FB : 33 000 abonnés



BILAN 2020-2021

Campagne de notoriété sur le marché d'Ottawa

Nous avons déployé une campagne sur le marché d'Ottawa en 2020 et 2021. Certaines initiatives mises en place pour cette campagne étaient en affichage. Des panneaux d'autobus et d'autoroute ("billboard").



PLANS MRC

Les plans MRC sont des plans de visibilité élaborés et financés conjointement par TO et les MRC.

Ces plans nous permettent de mettre en lumière les caractéristiques uniques des territoires et d'investir dans des projets marketing porteurs pour les MRC.

Les plans incluent des visibilités et des projets comme :

- Tournage et photoshoot
- Partenariat de contenu
- Émission de télévision
- Publicité vidéo
- Infolettre et blogue complet
- Visite média
- Et bien plus!

Quelques exemples de partenariats réalisés

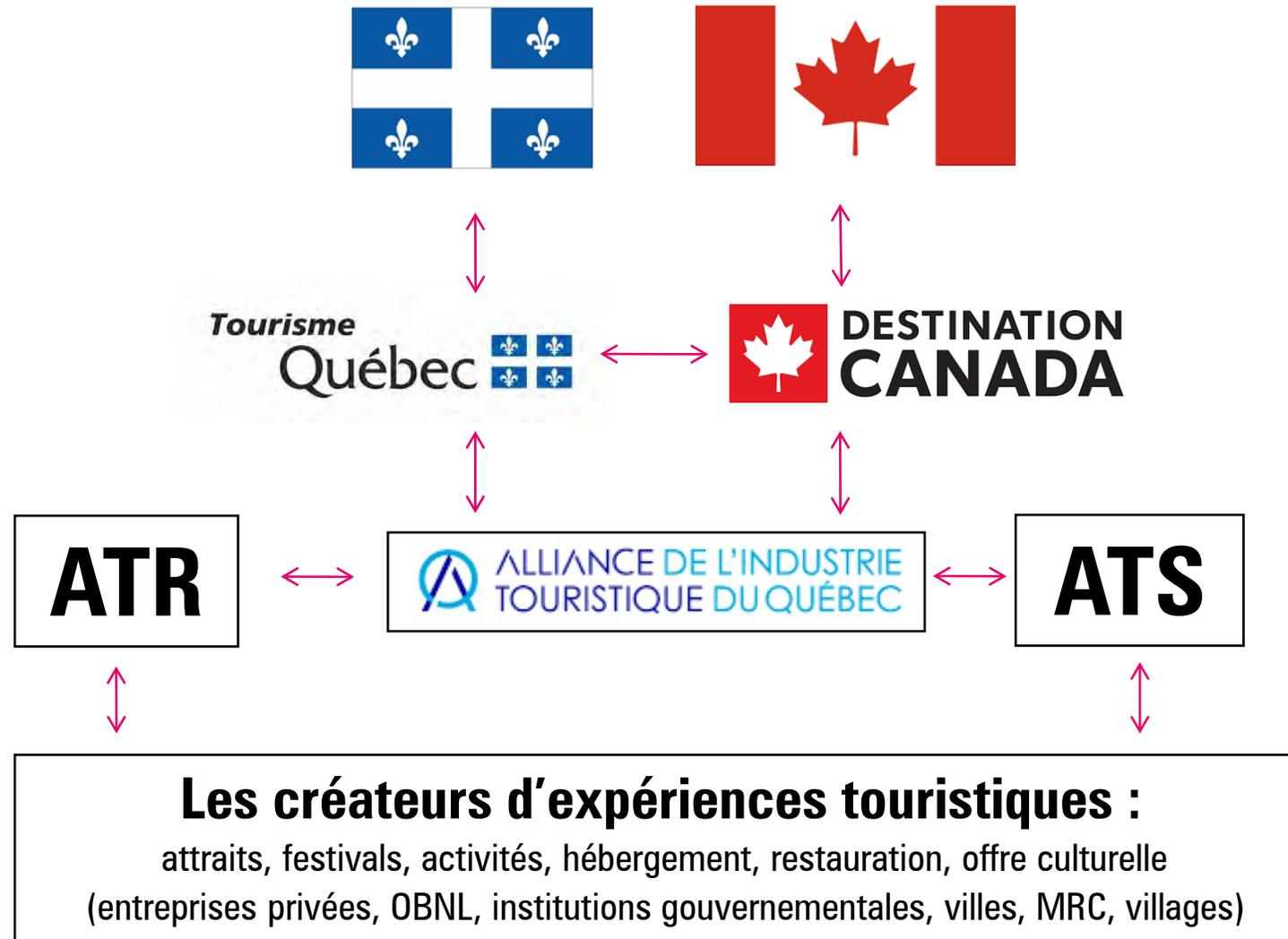


Les MRC de l'Outaouais : des milieux de vie uniques à découvrir



ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE

NOTRE ÉCOSYSTÈME



PARTENARIATS ALLIANCE

La marque Bonjour Québec

Bonjour Québec, c'est notre invitation

à venir dialoguer avec les habitants de nos régions, partout au Québec,
à rencontrer notre territoire spectaculaire qui inspire notre créativité,
et à connecter avec notre culture qui se conjugue au passé et au futur



Icônes expériences

logo principal

bonJOUR
québec



PARTENARIATS ALLIANCE

Tourisme Outaouais participe aussi à 5 collectifs avec l'Alliance :

Aventure en nature



Traditions autochtones



Plaisirs d'hiver - Nature



Plaisirs d'hiver - Urbains



Plaisirs d'hiver – Motoneige



PARTENARIATS ALLIANCE

Tourisme Outaouais participe à plusieurs plans partenaires avec l'Alliance.

DÉCOUVREZ L'OUTAOUAIS AVEC
GUILLAUME DURANCEAU-THIBERT

GUILLAUME DURANCEAU
4 août 2021 11H47 | MISE À JOUR 4 août 2021 11H47



DESTINATION

Découvrez l'Outaouais avec Guillaume Duranceau-Thibert

Notre expert voyage Guillaume Duranceau-Thibert nous fait découvrir l'Outaouais et quelques uns de ses attraits incontournables!

Deux chroniques télévisées de six minutes avec Guillaume sans destination à Salut Bonjour Québec.

Publication des chroniques sur les plateformes sociales de l'émission et sur le web.



[Chronique estivale](#)

[Chronique automnale](#)

PARTENARIATS ALLIANCE



Un [article](#) carnet de voyage culture-nature : escapade de trois jours en Outaouais et photos libre de droits.

Amplification de l'article : infolettre et publications sociales.



Deux articles « Portraits » accompagnés de capsules vidéo. Un article « Récit routier » à venir.

Diffusion des articles sur le site web de TO, puis rediffusion sur les plateformes de Tour du Québec et de Bonjour Québec.

Amplification des contenus : infolettre et publications sociales.



[Portrait](#) :
Fromagerie
Montebello

[Portrait](#) :
Soif – Bar à vin

PARTENARIATS ALLIANCE

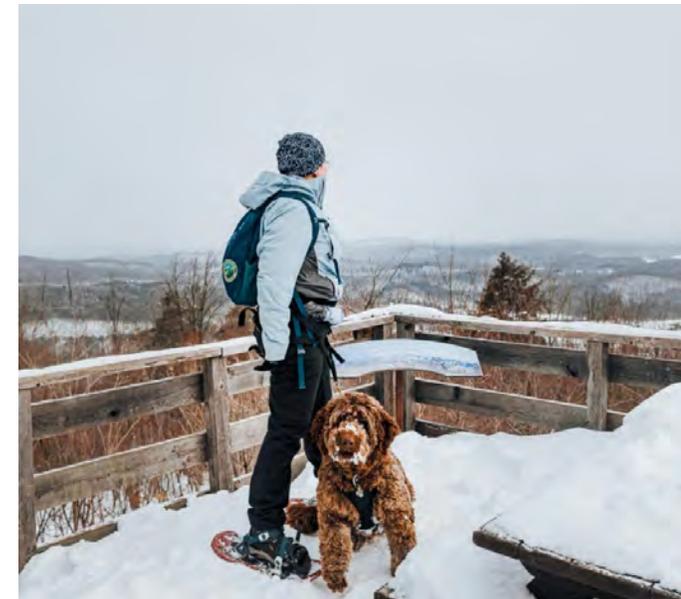
Google Voyage

Programme d'accompagnement et de mise à niveau de la fiche Google Mon Entreprise incluant :

- Diagnostic complet de la fiche Google Mon Entreprise.
- Visite d'une photographie professionnelle
- 10 photos fixes et 3 photos 360°

63 entreprises visitées

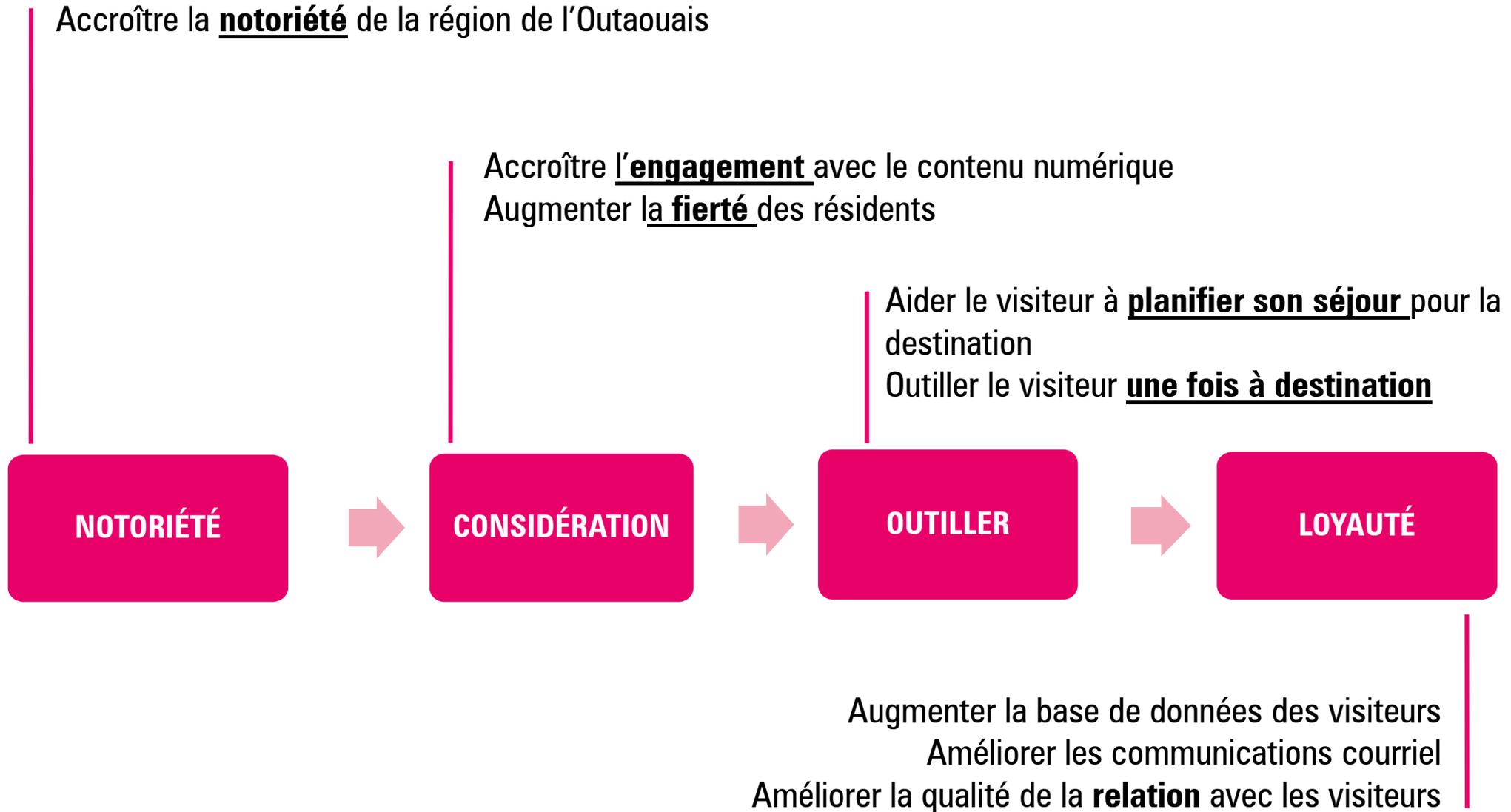
- Automne 2020 : 30 entreprises visitées
- Hiver 2021 : 12 entreprises visitées
- Été 2021 : 21 entreprises visitées



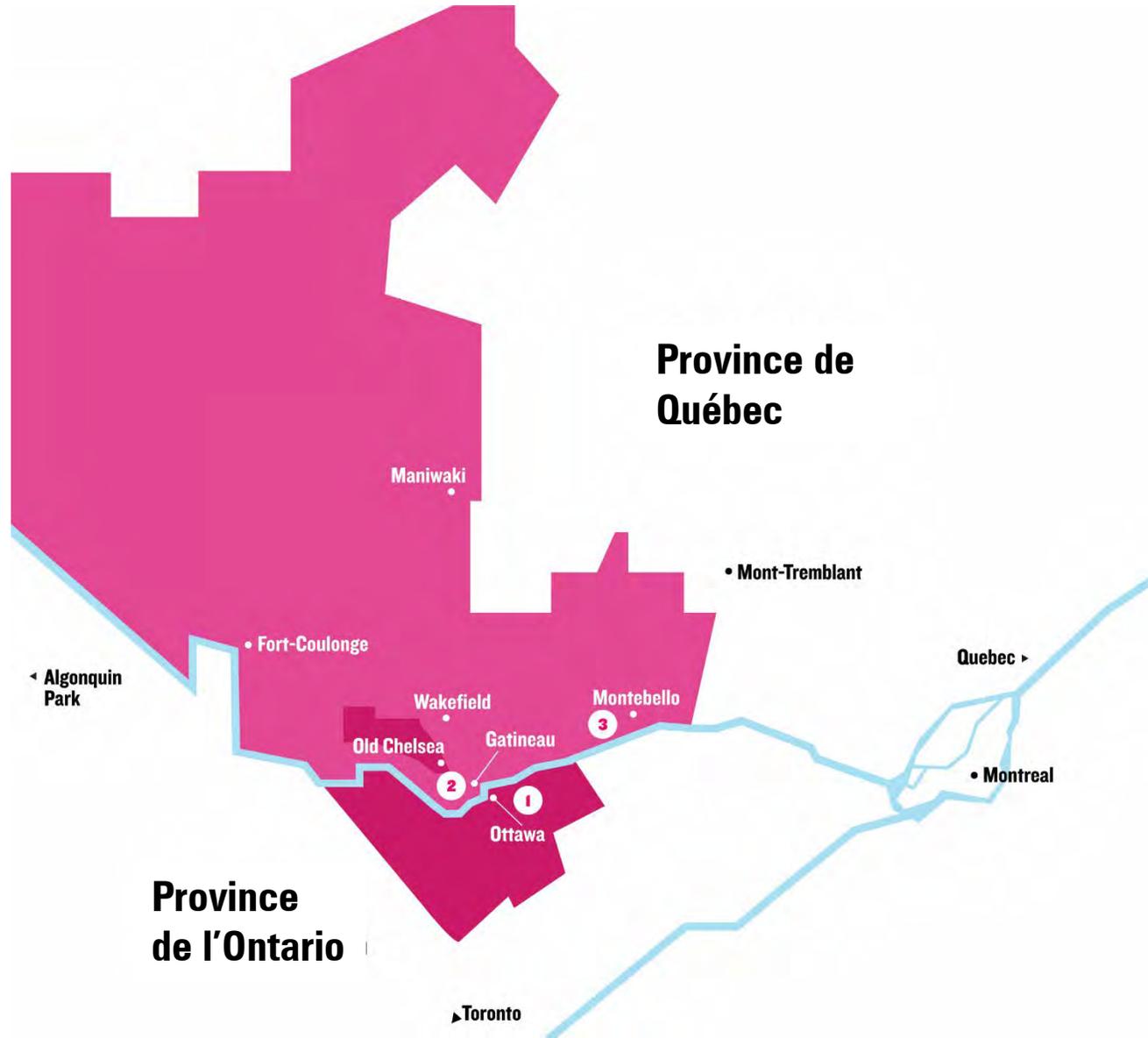


ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

OBJECTIFS MARKETING



MARCHÉS PRIORITAIRES



60%

Montréal (RMR)
et l'Outaouais

40%

Ottawa et les
environs



STRATÉGIE MÉDIA

CYCLE DU VISITEUR

FIDÉLITÉ ET ENGAGEMENT (LOYAUTÉ)

Le visiteur apprécie son expérience et le partage avec sa communauté.

INSPIRATION (NOTORIÉTÉ)

Le visiteur recherche une escapade, à proximité de Montréal ou d'Ottawa.

DÉCOUVERTE ET EXPÉRIENCE (EXPÉRIENCE DU VISITEUR)

Le visiteur découvre la région de l'Outaouais, les activités, le mélange de nature et de culture.



RECHERCHE ET PLANIFICATION

(CONSIDÉRATION/OUTILLER)

Le visiteur se familiarise avec la région de l'Outaouais.

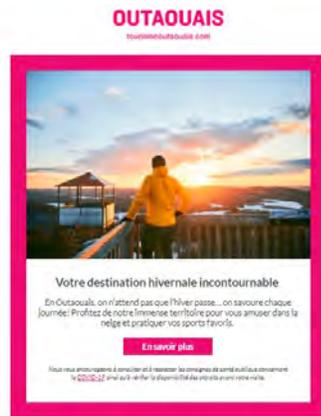
RÉSERVATION

(EXPÉRIENCE OUTAOUAIS+)

Le visiteur réserve son hôtel, ses attractions et ses activités.

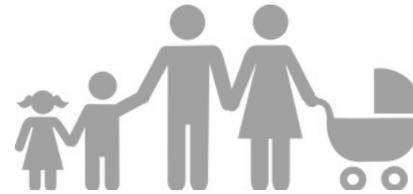
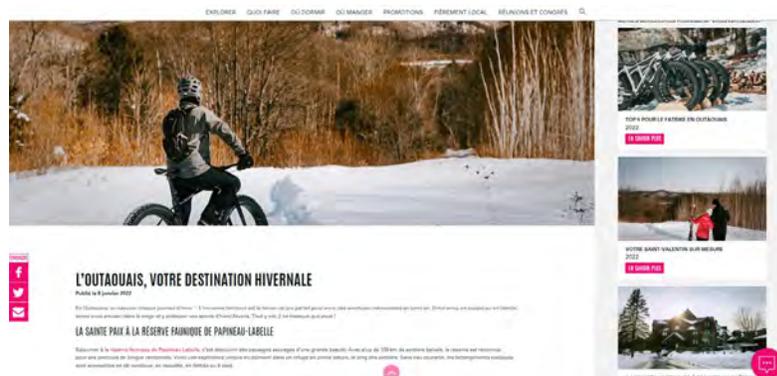
CYCLE DU VISITEUR

FIDÉLITÉ ET ENGAGEMENT (LOYAUTÉ)



PASSE EN MODE
OUTAOUAIS

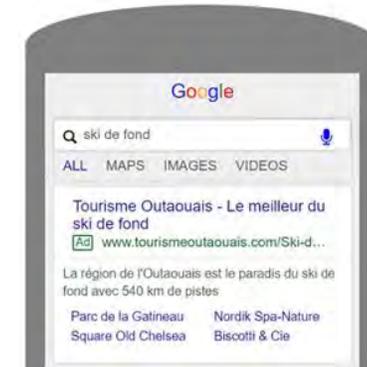
DÉCOUVERTE ET EXPÉRIENCE (EXPÉRIENCE DU VISITEUR)



INSPIRATION (NOTORIÉTÉ)



RECHERCHE ET PLANIFICATION (CONSIDÉRATION/OUTILLER)



RÉSERVATION



EXPÉRIENCE OUTAOUAIS+

Ce que nous sommes

Un service de forfaitisation pour les membres et une plateforme de réservation pour les visiteurs consacrée exclusivement à la vente de produits touristiques de l'Outaouais.

Notre approche

Forfaitiser l'offre de la destination afin de générer des nuitées et de l'achalandage dans toute la région.
Simplifier la vie du visiteur grâce à des forfaits clé en main sur une plateforme de réservation (100 % modifiable).

Notre vision

Aider à développer une culture d'entraide et de collaboration entre les entreprises touristiques de l'Outaouais.
Expérience Outaouais travaille avec vous, pour vous!



EXPÉRIENCE
OUTAOUAIS+

Vous souhaitez faire partie d'un ou
plusieurs forfaits ?
amalouin@experienceoutaouais.com,
819-576-3178



STRATÉGIE DE COMMUNICATION

NOS MESSAGES

Raconter de courtes histoires pour mettre l'expérience de l'avant et faire vivre des hypersouvenirs aux visiteurs

SIGNATURE DE CAMPAGNE



SIGNATURE DE MARQUE





STRATÉGIE DE CRÉATION

PILIERS CRÉATIFS

Le paysage



Le fun



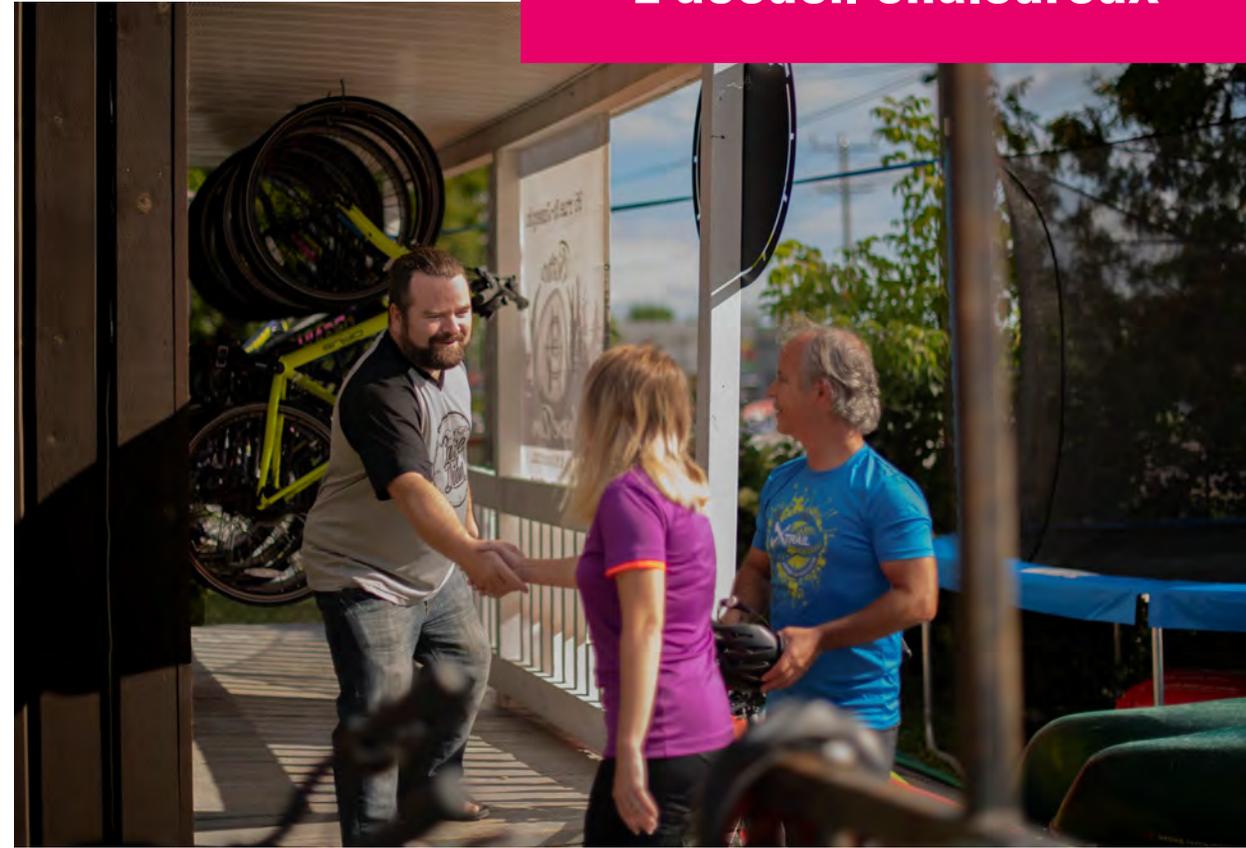
Des belles photos, des expériences vécues, du fun.

PILIERS CRÉATIFS

La passion



L'accueil chaleureux



L'authenticité et la chaleur de l'accueil Québécois.



TACTIQUES MÉDIA

NOS EXPÉRIENCES

Expériences	Route touristique	Culture	Gourmand	Festif	Plein Air	Vélo - Ski	Hébergement	Pourvoirie	Motoneige
Objectifs	Faire découvrir la route des Chemins d'eau aux visiteurs	Faire découvrir l'offre de nos musées et de l'expérience autochtone	Faire découvrir l'offre gourmande de la région	Attirer les visiteurs à participer aux différents événements	Établir notre région comme étant la destination de choix pour le plein air urbain	Faire la promotion de ces activités auprès des excursionnistes	Augmenter le nombre de nuitées lors des séjours. Faire découvrir l'offre diversifiée d'hébergement.	Démocratiser l'offre des pourvoiries (Adeptes de chasse et pêche vs villégiature)	Faire découvrir l'offre motoneige de la région
Cibles	Gastronome culturel	Familles	Épicuriens branchés	Épicuriens branchés	Adeptes de plein air Détente au grand air	Adeptes de vélo/ski Plein air de luxe Familles	Selon le type d'hébergement	Adeptes de chasse et pêche Groupe d'amis Familles	Motoneigistes
Marchés	RMR – Montréal Ottawa et Outaouais	RMR - Montréal	Ottawa, Gatineau	Ottawa	RMR - Montréal Ottawa	RMR - Montréal Ottawa	Montréal Corridor Ottawa-Kingston	RMR - Montréal Ottawa	Ontario RMR - Montréal
Motivations du voyageur	Beauté du paysage	Acquérir de nouvelles connaissances en terme de culture	La découverte pour tous les sens	Plaisir	Activité physique Accessibilité Bien-être et santé	Activité physique Accessibilité Qualité des sentiers et pistes	Tout touriste a besoin d'un hébergement	Espèces uniques S'évader en nature Quête d'un « trophée »	Neige, qualité des sentiers et bon temps en couple ou entre amis

TÉLÉVISION

Tactique éditoriale

Campagne publicitaire à Salut Bonjour

Période: juin

Objectif: Notoriété

Atteindre une cible qui est encore bien présente en télévision en direct.



À PROPOS DE LA TÉLÉVISION

Malgré le fait que le nombre de personnes regardant la télévision diminue année après année, c'est toujours la plateforme la plus rentable pour rejoindre les canadiens dans leur maison.

RADIO

Tactique éditoriale

Concours et campagne publicitaire

Période: mai

Objectif: Notoriété et acquisition

- Tirage de 4 forfaits *roadtrip* en Outaouais.
 - Messages promotionnels du concours
 - Mentions en ondes
 - Page Web concours
- Acquisition courriels
- Campagne publicitaire en ondes pour la même période

À PROPOS DE LA RADIO

Les gens écoutent encore beaucoup la radio en semaine en travaillant et lors de leur voyage en auto.



ÉVÉNEMENTS ATTRACTIONS QUÉBEC

Tactique éditoriale

Été: mai à septembre

Objectif: Notoriété

Présence numérique, infolettre et web magazine



Événements
Attractions
Québec

À PROPOS DE ÉAQ

Événements Attractions Québec (ÉAQ) a pour mission de concerter, représenter et soutenir les attractions touristiques, festivals et événements des différentes régions du Québec.



PASSE EN MODE
OUTAOUAIS



L'Outaouais et ses multiples plaisirs d'hiver

Les joues rouges, le sourire aux lèvres et le cœur au chaud, venez profiter des joies de l'hiver en Outaouais! Ici, on n'a pas peur de l'hiver, on savoure chaque instant au maximum.

[EN SAVOIR PLUS](#)



[Patinage à Éco-Odyssée](#)



[Arbraska Latièche](#)



[Lofts du Village](#)



[Camp Fortune](#)



[Parc Oméga](#)



[Base de plein air Air-Eau-Bois](#)

SEARCH ENGINE MARKETING

Tactique éditoriale et partenaire

Always-on (avril à octobre)

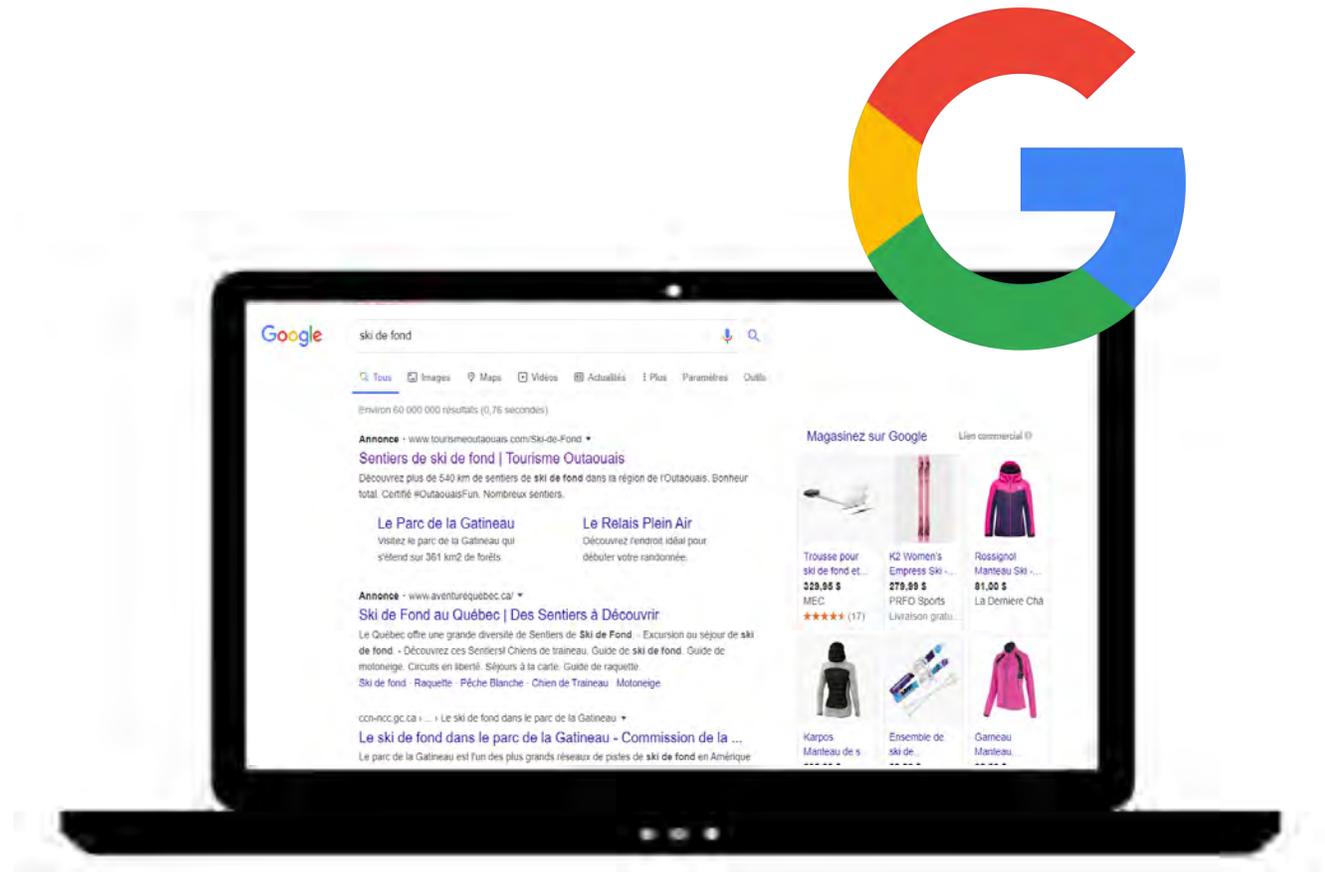
Objectif: Trafic vers le site web de TO et fiche membre du partenaire

Présence accrue via le «always-on»

Discussion à prévoir avec les membres qui font déjà du SEM pour éviter de se concurrencer pour les mots-clés

À PROPOS DU SEM

Le SEM ou *Search Engine Marketing* a pour but ultime d'augmenter la visibilité de notre site web sur les moteurs de recherche et de susciter les **clics vers le site** (et ultimement, vers votre fiche membre).



MÉDIAS SOCIAUX : FB & IG

Tactique éditoriale et partenaire

Édito : avril à octobre

Partenaire : Selon préférences et investissement

Pub vidéo (15 sec.)

Objectif: Notoriété

Pub image

Publication boostée

Objectif: Trafic vers le site web de TO et fiche membre du partenaire via reciblage d'audience

À PROPOS DE FB & IG

Facebook & Instagram sont des plateformes sociales très utilisées et nous permettent donc de cibler de plus grandes audiences.



VIDÉOS PRÉ-ROLL

Tactique éditoriale

Expériences: notoriété, Chemins d'eau et vélo

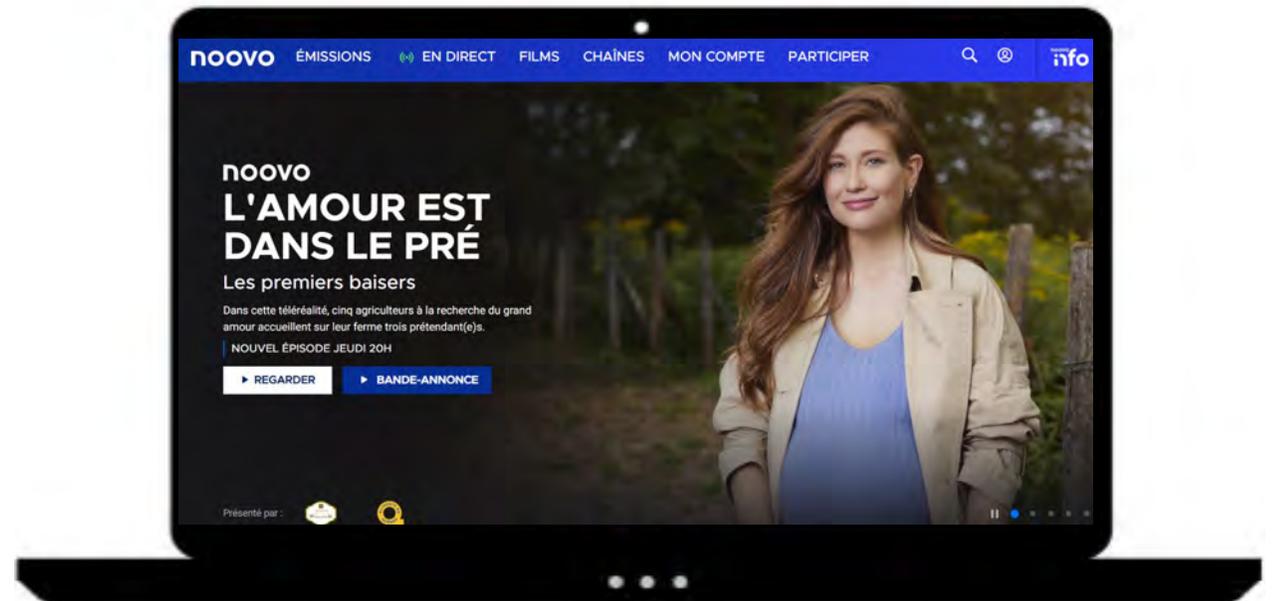
Avril à septembre

Objectif: Notoriété

Sortir de l'univers des médias sociaux pour aller chercher des audiences qualifiées.

À PROPOS DES PRÉ-ROLLS

Vous êtes sur Youtube et voyez une publicité vidéo avant le contenu désiré, c'est un pré-roll. Vous êtes sur Noovo.ca et voulez regarder le dernier épisode d'OD, mais vous devez regarder une pub vidéo... c'est un pré-roll.



BANNIÈRES WEB

Tactique éditoriale et partenaire

Édito: avril à octobre

Partenaire: Selon préférences et investissement

Objectif: Trafic vers le site web et fiche membre du partenaire

Recibler les audiences ayant visité le site web.

Formats recommandés : 970 x 250 ou 300 x 600 pixels

À PROPOS DES BANNIÈRES

Un outil efficace pour le ciblage et pour s'assurer de bien passer son message. Nous pouvons aussi cibler des sites particuliers où nous aurons une audience qualifiée présente (sites de voyage, etc.)



STRATÉGIE MÉDIA

CIBLAGE



Pré-roll

Instagram & Facebook : blogue, circuit, vidéo



RECIBLAGE



Bannières

Instagram & Facebook

PARTENARIATS DE CONTENU

Tactique éditoriale

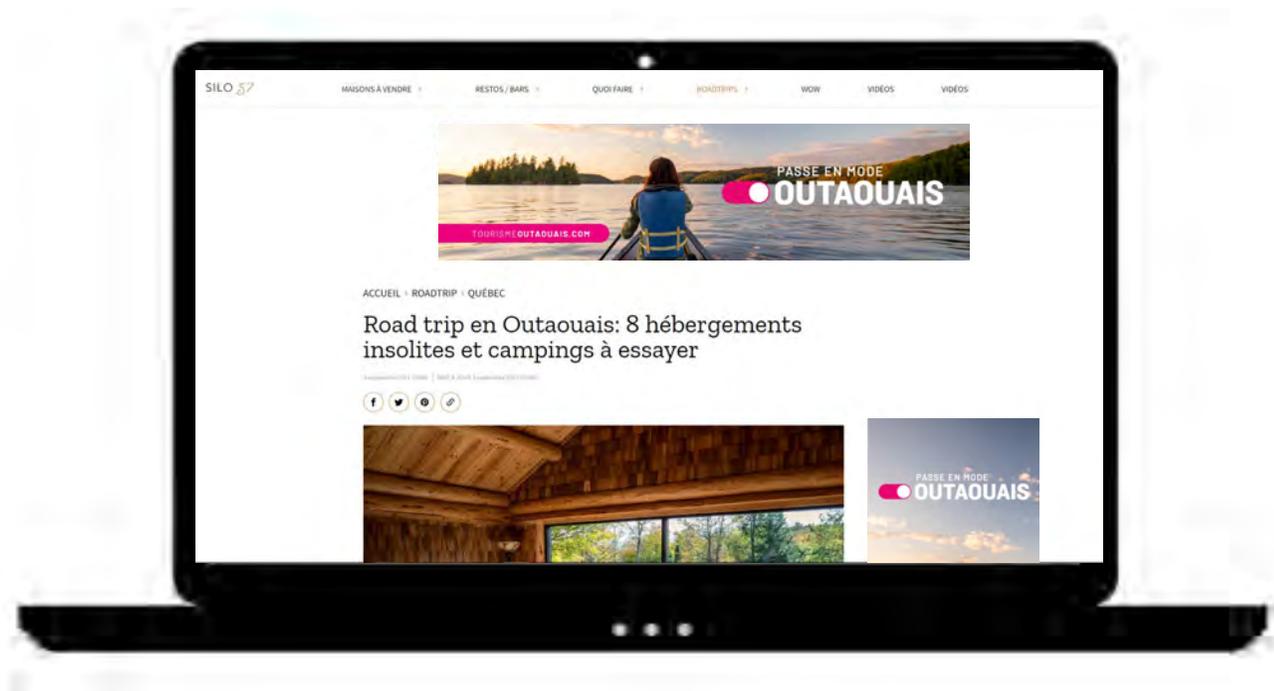
Période: mai à octobre

Exemples de partenariat:

- Châtelaine (printemps)
- Narcity (été)
- Silo 57 (été)
- Elle Québec (automne)

Objectif: Notoriété et considération

Pages vues de l'article produit ainsi que le trafic sur le site web de TO et des fiches membres des partenaires mentionnés.



À PROPOS DES PARTENARIATS DE CONTENU

Ce type de contenu permet aux utilisateurs de trouver des inspirations pour leurs prochaines vacances ou weekend. Avoir du contenu différent et diversifié que seulement de la publicité imprimée ou numérique.

MAGAZINES & JOURNAUX

Tactique éditoriale

Expériences: plein air, gourmand et vélo

Été 2022

Objectif: Notoriété

Pour aller rejoindre une audience diverse dans des magazines et journaux qui touchent à nos différentes expériences.

À PROPOS DES MAGAZINES

« Print is not dead ». Le magazine et les journaux demeurent une façon efficace d'aller chercher une audience qui ne se retrouve pas nécessairement sur les médias numériques dans différents environnements.



FORFAITS PARTENAIRE

FORFAITS : ATTRAITS

	OR	ARGENT	BRONZE
Priorité d'affichage sur le site Web Selon le niveau d'investissement, les partenaires apparaîtront en premier dans leurs sections respectives du site Web.	✓	✓	✓
Facebook : publicité image du partenaire 1		✓	
Facebook : publication boostée du partenaire 5	✓		✓
Blogue complet Un article sur votre entreprise, sur une expérience, sur un produit. Du vécu, du contenu, du vrai.	✓		
Facebook : publicité image du blogue complet 1 Publicité du blogue complet selon le marché et la cible privilégiés par le partenaire.	✓		
Facebook : publication régulière du blogue complet Partage du blogue complet sur la page Facebook de Tourisme Outaouais.	✓		
Infolettre complète Une vitrine juste pour vous.	✓		
Mention infolettre Photo, hyperlien et courte description inclus dans une infolettre.		✓	✓
Stories Instagram uniques au partenaire (3-4)	✓		
Facebook : publication régulière Publication sur la page Facebook de Tourisme Outaouais.		✓	
Blogue : mention dans un article blogue Votre entreprise est mentionnée dans un article blogue thématique.		✓	✓
Facebook : publication régulière du blogue Partage du blogue thématique sur la page Facebook de Tourisme Outaouais.		✓	✓
VALEUR SUR LE MARCHÉ:	7 250 \$	3 250 \$	2 000 \$
RABAIS:	-2 250 \$	-1 250 \$	-1 050 \$
VOTRE COÛT:	5 000 \$	2 000 \$	950 \$



PROGRAMME AMBASSADEURS

PROGRAMME AMBASSADEURS

SKI DE FOND – Louise Poirier



Ambassadeur Hiver 2021

- Publicité Facebook vidéo
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo

PUBLICITÉ FB VIDÉO

Impressions	318 566
Clics	4 897
Réactions	154

CAMP FORTUNE – Erin Boucher



Ambassadeur Hiver 2021

- Publicité Facebook vidéo
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo

PUBLICITÉ FB VIDÉO

Impressions	375 910
Clics	7 376
Réactions	242

PROGRAMME AMBASSADEURS

ÉRABLIÈRE ST-GERMAIN – *Véronique et sa famille*



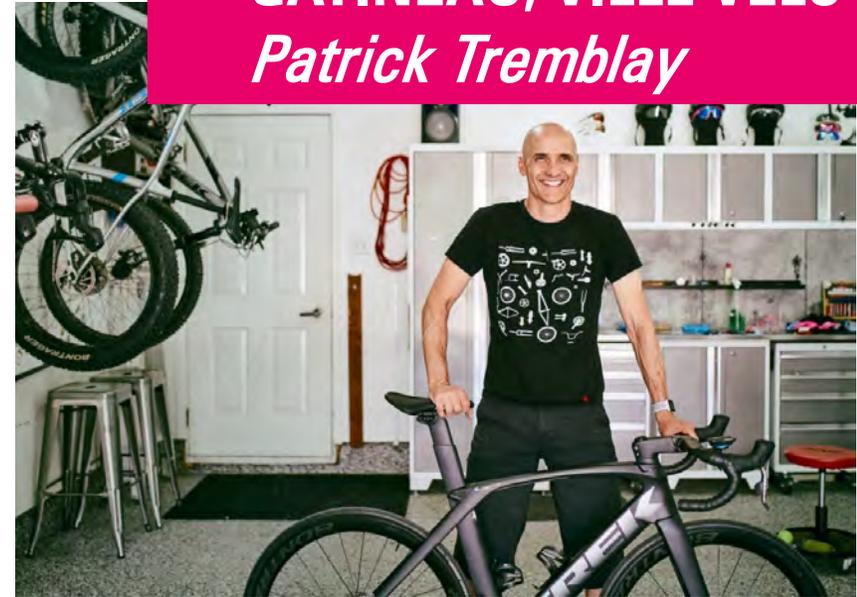
Ambassadeur printemps 2021

- Publicité Facebook vidéo
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo

PUBLICITÉ FB VIDÉO

Impressions	411 404
Clics	8 791
Réactions	442

GATINEAU, VILLE VÉLO – *Patrick Tremblay*



Ambassadeur Été 2021

- Publicité Facebook vidéo
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo

PUBLICITÉ FB VIDÉO

Impressions	554 359
Clics	1 461
Réactions	362

PROGRAMME AMBASSADEURS

MAISON CULTURELLE GEORGE BRYSON – *Sandra Armstrong*



Ambassadeur Été 2021

- Publicité Facebook vidéo
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo

PUBLICITÉ FB VIDÉO	
Impressions	609 483
Clics	1 248
Réactions	304

VERGER ET CIDRERIE MERLEAU – *Michel Merleau*



Ambassadeur Automne 2021

- Publicité Facebook vidéo
- Publications FB & IG
- Texte de blogue & capsule vidéo

PUBLICITÉ FB VIDÉO	
Impressions	403 488
Clics	2 786
Réactions	221

PROGRAMME AMBASSADEURS

RESTEZ À L’AFFÛT D’UN PROGRAMME AMBASSADEURS 3.0

NOUS TRAVAILLONS SUR UN PROGRAMME AMBASSADEURS 3.0 QUI
PERMETTRA D’ÉLEVER CETTE INITIATIVE À UN AUTRE NIVEAU !

Revoyez les capsules et les blogues de nos 36 ambassadeurs passionnés sur notre site web :

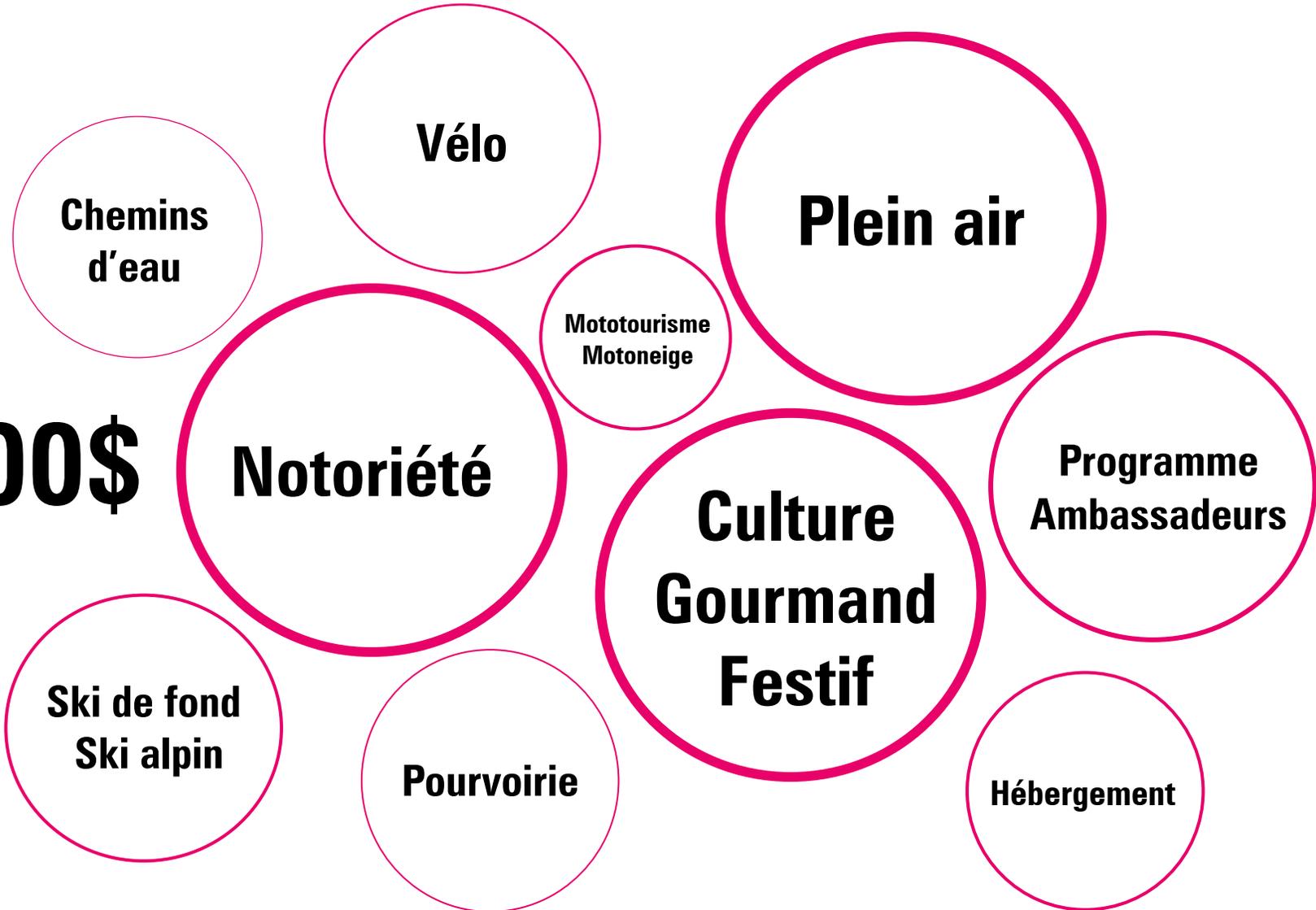
<https://www.tourismeoutaouais.com/ambassadeur/>



BUDGET ANNUEL PUBLICITAIRE

BUDGET MARKETING ANNUEL

1 495 000\$



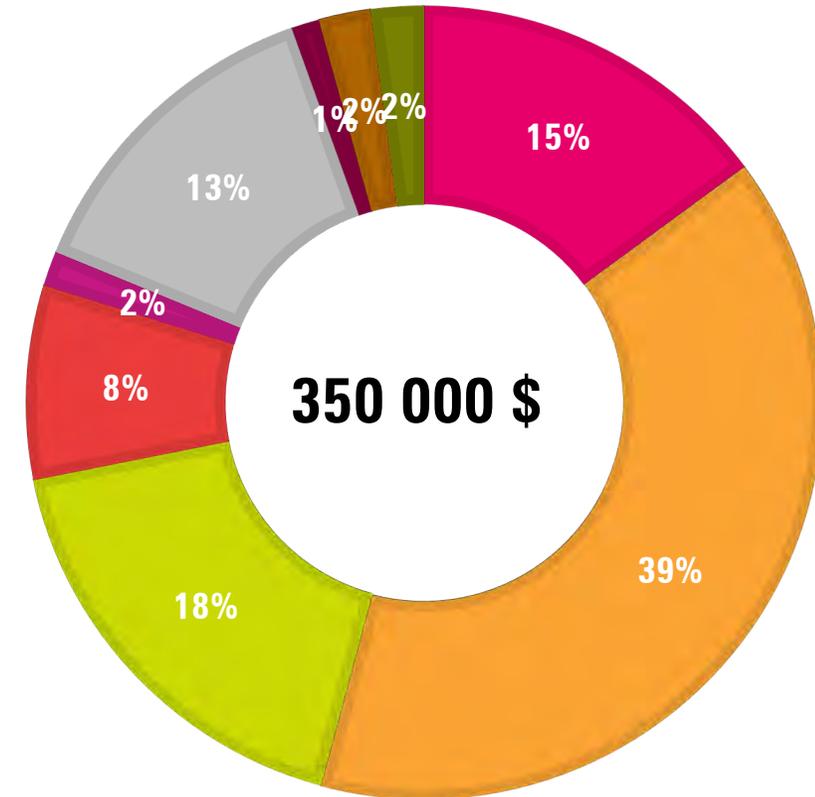
À noter que ce budget comprend uniquement les investissements relatifs aux expériences marketing citées ci-haut.

INVESTISSEMENT MÉDIA : ÉTÉ 2022

Période : 1^{er} avril au 31 octobre 2022

ALLOCATION PAR TACTIQUE

- SEM (28%)
- Médias sociaux FB & IG (26%)
- Préroll & Bannières (24%)
- Magazine (10%)
- ÉAQ (6%)
- Partenariat de contenu (3%)
- Journaux
- Radio
- Télévision



Les frais de production et d'honoraires ne sont pas inclus dans ce budget, ainsi que les opportunités spontanées telles que influenceurs et partenariats divers.



**ENSEMBLE
FAISONS RAYONNER
L'OUTAOUAIS!**