

*Faits saillants et résultats --- Campagne Terre d'aventures*

# Notoriété et reconnaissance



# Terre d'aventures

*Le Témiscamingue, c'est là où on vit des aventures,  
qu'elles se réalisent en plein-air, qu'elles soient culinaires  
ou qu'elles nous poussent à prendre du temps pour se  
retrouver, soi-même, en couple ou en famille.*

# CONTEXTE :

## Pourquoi une campagne d'attractivité ?

1. Afin d'être connu et reconnu à travers le Québec, et rétablir le manque de notoriété de notre territoire. Le mot "**Témiscamingue**" doit circuler dans l'espace médiatique national.
2. Pour **défaire des mythes**, et que les gens cessent de nous associer à un territoire nordique. (*Cap vers l'ouest*)
3. Pour montrer le côté agro, **terroir**, paysages bucoliques : il s'agit d'un aspect méconnu de notre territoire (dans les images choisies, les thèmes abordées, les produits locaux, etc.)

## Les couples épicuriens

Fervent d'expérience authentique, toujours à la recherche d'une aventure et d'une nouvelle découverte. Expériences culinaires, culturelles et uniques



## Familles plein air

Cherche à vivre des moments ensemble et découvrir des expériences incroyables. Ils désirent la simplicité et la sécurité dans leurs activités.

## Les couples matures

Ils veulent tout connaître et tout savoir sur leur destination voyage. Ils ont le temps de contempler tous les attraits devant eux. Ils sont sociales et sensibles



# Faits saillants & statistiques :

## Concours Terre d'aventures

- **Durée** : du 17 avril au 14 mai
- **Nombre d'inscriptions** : 18 726 participants
- **Profil des participants** : 44% des participants viennent de la grande région de Montréal  
*(Québec et Gatineau sont les 2e et 3e position)*
- Près de 400 000 personnes ont "vu" la publication du concours sur Facebook.



# Faits saillants & statistiques :

## Journal de MTL et Québec

- JDM papier samedi : 1 382 000 lecteurs (en moyenne)
- JDM (sur le Web) : "Cap vers l'ouest pour des vacances au Témiscamingue" : 11 681 personnes ont cliqué sur l'article.
- JDM (sur Facebook) "Cap vers l'ouest pour des vacances au Témiscamingue" : **109 190 personnes** ont vu passer l'article ou l'ont lu.
- JDQ papier samedi : 706 000 lecteurs (en moyenne)



# Faits saillants & statistiques :

## Vidéos "Terre d'aventures" sur Facebook

- Nombre de vues : 30 000 vues (global des trois courtes vidéos de 20 sec)



## Faits saillants & statistiques :

# Huit colis locaux envoyés à huit médias et influenceurs

- **Durée** : envoyés le 14 avril.
- **Portée totale approximative** de cette offensive de marketing d'influence : 75 602
- **Média visé** : Instagram et radio



Le Témiscamingue marie à la perfection les bains de forêts et les produits du terroir. Agricole et aventurière, cette terre est accueillante et attend patiemment qu'on la découvre, pour les bonnes raisons. Situé à l'extrême ouest du Québec, dans la partie sud de la région de l'Abitibi-Témiscamingue et voisin de l'Ontario, son territoire se disperse sur plus de 19 000 km<sup>2</sup>, et est composé à 95 % de forêts, de lacs et de rivières.

Laissez-nous vous présenter quelques-uns des humains qui **cultivent la vivacité de cet endroit** encore trop secret, à travers **des produits à goûter, à toucher et des expériences à vivre.**

Fiez-vous à votre instinct, appelez-nous.

**Roxane Emond**  
conseillère Principale  
CANIDÉ  
T. (514) 225-4300 (9)  
E. roxane@canide.com

 **Témiscamingue**  
vivreautemiscamingue.com  
 

# Faits saillants & statistiques :

## Segment Voyage à SB week-end



- **Nombre de téléspectateurs** : 328 000 personnes à l'écoute
- **Nombre de vues sur Facebook** : 143 000 vues
- **Portée globale sur Facebook** : 227 040 personnes ont "vu" la vidéo passer.

# Faits saillants et statistiques

## Van aventure

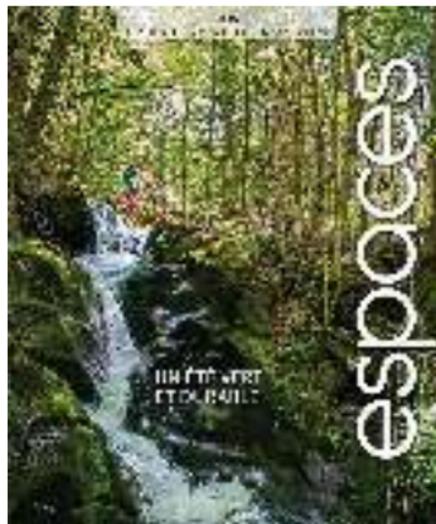
- **Nombre de téléspectateurs** : 75 000 pers. au rendez-vous chaque semaine;
- Deux émissions sur le Témiscamingue (2 et 9 juin prochains);
- Partenaire majeur de l'émission cette saison. (équivalent de 2 à 3 publicités qui roulent sur le Témiscamingue pendant chacune des 13 émissions + logo sur tous les retours de pause).



# Faits saillants et statistiques

## Magazine Espace

- **290 000 lecteurs** (toutes plateformes confondues -numérique et papier)



# Offensive terrain pour nos finissants

*Remise de 120 sacs et tasses Là où on vit, accompagnées  
d'une allocution de la préfète Claire Bolduc lors des  
événements de graduation (juin 2021)*



# En conclusion

L'objectif de notoriété a été atteint --- plus de 5 millions de vues ont été enregistrées entre le 14 avril et le 14 mai.

À l'été 2021, des voyages de presse auront lieu, suivi du Raid aventure et autres, afin de poursuivre le rayonnement jusqu'à la fin de 2021.



# Témiscamingue

Là où on vit