

NOUVEAU CONCEPT

QUOI FAIRE AU QUÉBEC

La campagne qui offre les médias les plus performants pour **chaque étape** du processus d'achat de vacances!

Inspiration
Découverte



Information
Planification



Engagement
Réservation



VOTRE
ENTREPRISE



Quebecmusts.com

Faites confiance aux spécialistes du marketing touristique

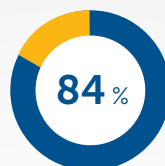
SATQFEQMEDIAS.com

INSPIREZ-VOUS ET CHOISISSEZ



- Une approche unique, efficace et ciblée par les **expériences les plus populaires en hiver**.
- Un **guide numérique au contenu bonifié** offrant des vidéos, des coupons-rabais et plus.
- **700 000 copies** imprimées et numériques distribuées directement dans les foyers ou par courriel de façon très ciblée dès le 9 janvier 2016.

2,5 millions
de Québécois
connaissent le Guide
(34 % des ménages)

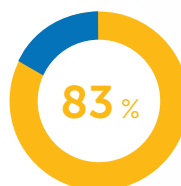


des gens qui **ont vu, reçu** ou obtenu le Guide, l'ont consulté ou feuilleté¹.

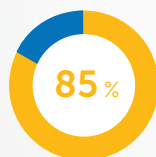


- La seule publication spécialisée en tourisme qui présente du contenu pour **toutes les régions touristiques du Québec**.
- Un guide numérique **dynamique et interactif** offrant une expérience client enrichie.
- **1 400 000 copies** imprimées et numériques distribuées directement dans les foyers ou par courriel de façon très ciblée dès le début juin 2016.

3,6 millions (48% des ménages)
de Québécois francophones
ont **vu, reçu ou obtenu**
l'édition été/automne 2014 du
Guide des Vacances au Québec



des répondants ayant **vu, reçu** ou **obtenu** le Guide l'ont consulté et **52 %** d'entre eux ont recherché de **l'information supplémentaire**, surtout en allant sur le **site de l'annonceur** ou en utilisant un **moteur de recherche**².



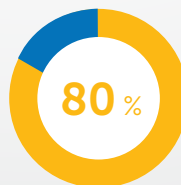
des lecteurs **ont découvert un produit touristique**² :

- > 44 % une attraction
- > 39 % un hébergement
- > 38 % une destination
- > 31 % un forfait
- > 26 % un festival/événement



- La seule publication spécialisée en tourisme qui présente la plupart des régions touristiques du Québec sur les **marchés anglophones intra-Québec et hors-Québec limitrophes**.
- Un guide numérique au **contenu bonifié** offrant des vidéos, des coupons-rabais et plus.
- **500 000 copies** imprimées et numériques distribuées directement dans les foyers ou par courriel de façon très ciblée **dès le mois de mai 2016**.

Près d'un résident sur trois
de l'Est de l'Ontario
a vu, reçu ou obtenu le
Québec Vacation Guide
(30 % des ménages)



des répondants ayant **vu, reçu** ou **obtenu** le Guide l'ont consulté et **60 %** d'entre eux ont recherché de **l'information supplémentaire**, surtout en utilisant un **moteur de recherche**³.



CHOISISSEZ NOS OUTILS PROMOTIONNELS RENOMMÉS POUR REJOINDRE >>>

Les Guides : inspiration et choix de la destination vacances

Attractions | Hôtels | Vidéos | Calendrier des événements | Quoi faire | Photos | Auberges | Coupons-rabais | Concours...

PLANIFIEZ ET ORGANISEZ



Quebecvacances.com

Le leader du référencement pour le QUOI FAIRE au Québec

- 60 % des Québécois francophones connaissent le site Quebecvacances.com, ce qui en fait un des portails touristiques les plus visités par les internautes qui cherchent « Quoi faire » au Québec⁴.

3,2 millions*
de visites annuelles

2,3 millions*
de visiteurs uniques

14,7 millions*
de pages vues

Un placement efficace

- **57 % des visiteurs ont consommé un produit touristique** à la suite d'une visite sur le site⁴ :
 - > 49 % ont visité un attrait
 - > 29 % ont séjourné dans un hébergement
 - > 21 % ont visité une région
 - > 17 % ont participé à un festival

Bonifiez vos campagnes promotionnelles à tout moment dans l'année



* Google Analytics : Quebecvacances.com et Quebecgetaways.com, 16 septembre 2014 au 15 septembre 2015 (portion visites Web).

Les présentoirs touristiques du Québec

- Une distribution dans **55 attractions touristiques** regroupées dans 10 régions ayant un **flot élevé de visiteurs**.
- Un réseau qui reçoit près de **11 millions de visiteurs annuellement**, soit un achalandage annuel moyen de **200 000 visites par site**.
- Près de **1 million d'imprimés touristiques** distribués annuellement.



70 %

des gens ont pris une **brochure** dans un **présentoir** durant leur séjour⁵

54 %

pourraient **modifier** leur **itinéraire** suite à l'information découverte dans les **brochures**⁵

60 %

planifiaient une **visite** dans une **attraction** suite à l'information découverte dans les **brochures**⁵

> Service clés en main d'impression. Carton promotionnel recto-verso.

⁵. Association of Professional Brochure Distributors, Brochure Distribution Research, 2012 (1637 répondants).

VOS CLIENTS POTENTIELS, À CHACUNE DES ÉTAPES DE LEUR CHOIX DE >>>

Le site Web : planification et organisation des séjours et sorties

Portail d'information touristique | Forfaits | Promotions | Quoi faire | Idées de sorties | Reportages | Localisation...

PARTAGEZ ET ÉCHANGEZ

NOUVEAU

BULLETIN WEB | QUOI FAIRE AU QUÉBEC



Bulletin électronique pour rejoindre **vos clients potentiels** et présenter **vos offres** et **vos nouveautés!**

- Taux d'ouverture moyen de 27 %
- Plusieurs choix de visibilité
- Bannière et envoi dédié disponibles
- Édition mensuelle
- Positionnement de nos médias

170 000
abonnés
qualifiés

BULLETIN WEB | QUEBECMUSTS.COM



Bulletin électronique qui présente les événements, les activités, les attractions et les hébergements à découvrir dans la province de Québec. Ce bulletin s'adresse à un public dans les marchés extérieurs limitrophes de l'Ontario et des États-Unis.

- Contenu éditorial
- Bannière et envoi dédié disponibles
- 12 éditions par an
- Positionnement de nos médias

22 000
abonnés
anglophones

NOUVEAU

MÉDIAS SOCIAUX



Pages Facebook qui partagent des informations d'actualité saisonnière pour planifier des vacances et des sorties au Québec.

- Page Quoi Faire au Québec | 12 400 à 22 700 fans
- Page Quebecmusts.com | 2 000 fans
- Positionnement de nos médias



14 400 à 24 700 fans

BLOGUE



Blogue éditorial de Quebecvacances.com qui présente les **coups de cœur** des blogueuses en matière d'**idées vacances et de sorties**, des parcours inédits pour découvrir le Québec et des **trucs de pros** pour préparer des escapades.





Idées  vacances

VACANCES ET DE SORTIES : INSPIRATION | ORGANISATION | RÉSERVATION

Les bulletins, réseaux sociaux, blogues : lieux de partage ponctuel

Quoi faire cet été, pour la relâche, pour économiser | Contenu actif | Informer | Échanger | Collaborer...

PROFIL DE NOS UTILISATEURS, VOTRE CLIENTÈLE!

	1	2	4	3
				
SEXE				
Femme	51 %	49 %	62 %	47 %
Homme	49 %	51 %	38 %	53 %
ÂGE				
18-24	3 %	4 %	11 %	12 %
25-34	17 %	18 %	20 %	17 %
35-44	20 %	14 %	18 %	19 %
45-54	19 %	22 %	20 %	20 %
55-64	23 %	24 %	21 %	12 %
65+	18 %	18 %	10 %	20 %
OCCUPATION				
Serv./Vente/Bur.	17 %	16 %	18 %	15 %
Travail manuel	15 %	12 %	13 %	9 %
Professionnel	24 %	27 %	27 %	27 %
Foyer	4 %	4 %	4 %	5 %
Étudiant	3 %	3 %	2 %	4 %
Retraité	28 %	27 %	25 %	27 %
Sans emploi	3 %	3 %	3 %	3 %
Autres	5 %	8 %	8 %	8 %
SÉJOURS EFFECTUÉS AU QUÉBEC³				
Aucun	11 %	17 %	19 %	14 %
1 séjour	10 %	14 %	15 %	18 %
2 séjours	20 %	18 %	17 %	23 %
3 séjours	9 %	14 %	12 %	13 %
4 séjours et +	50 %	37 %	37 %	33 %
ENFANT				
Oui	31 %	29 %	27 %	67 %
Non	69 %	71 %	73 %	33 %
SITUATION FAMILIALE				
Célibataire	20 %	20 %	21 %	26 %
Marié/Union de fait	70 %	68 %	68 %	72 %
Autres	10 %	12 %	11 %	2 %
REVENU FAMILIAL				
Moins de 40K	22 %	22 %	25 %	16 %
40-59K	21 %	23 %	23 %	18 %
60-79K	18 %	17 %	19 %	20 %
80-99K	17 %	16 %	14 %	17 %
100K et +	22 %	22 %	19 %	30 %
SCOLARITÉ				
Aucun/prim./sec.	22 %	22 %	24 %	27 %
Collégial	38 %	36 %	38 %	20 %
Universitaire	40 %	42 %	38 %	53 %

■ Québec
■ Hors-Québec

1. Source : TNS, étude de notoriété du Guide des Vacances au Québec hiver/printemps 2015, sondage Omniweb auprès de 2 384 répondants (18 ans et plus), janvier 2015.
 2. Source : TNS, étude de notoriété du Guide des Vacances au Québec été/automne 2014, sondage Omniweb auprès de 2 430 répondants (18 ans et plus), juillet 2014.
 3. Source : Ipsos Marketing, étude de notoriété du Québec Vacation Guide summer/fall 2015, sondage auprès de 1 002 répondants (18 ans et plus), juillet 2015.
 4. Source : TNS, sondage Omniweb auprès de 2 430 répondants québécois francophones (18 ans et plus), juillet 2014.

EXPÉRIENCE ET EXPERTISE

Au cœur de l'expérience touristique québécoise, on retrouve les festivals, les événements, les attractions touristiques, les corporations touristiques, les lieux d'hébergement, les restaurants, des associations touristiques sectorielles et des instances gouvernementales. Nous sommes fiers de contribuer à l'essor, au rayonnement et au développement de secteurs aussi névralgiques de l'industrie touristique du Québec.

Respectivement fondés en 1975 et en 1992, **Festivals et Événements Québec (FEQ)** et la **Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ)** sont deux organismes à but non lucratif qui représentent plus de **500 membres** répartis dans toutes les régions de la province. Au fil des ans, SATQ-FEQ sont devenues des références incontournables de l'industrie touristique au Québec dans la promotion de l'offre!

NOS RÉALISATIONS

Partenaires de campagnes promotionnelles nationales francophones et anglophones intra-Québec et hors-Québec limitrophes en collaboration avec les associations touristiques régionales (ATR), Tourisme Québec et Développement économique Canada.

Pour en savoir plus sur nos campagnes promotionnelles, consultez satqfeqmedias.com

> Partenaires de diverses études :

- Qui sont les Québécois en voyage au Québec : Projet de recherche en collaboration avec ATR associées du Québec, la Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ) et 16 associations touristiques régionales (ATR)
- Comportement Web des clientèles touristiques en collaboration avec la Chaire de tourisme Transat, ATR associées du Québec, la Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ) et Tourisme Québec.

> Participation de FEQ-SATQ au sein d'associations et de comités de l'industrie :

- Participation au conseil d'administration des Associations Touristiques Sectorielles (ATS Québec)
- Participation au conseil d'administration du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT)
- Participation au conseil d'administration et au conseil exécutif de l'Association québécoise de l'industrie touristique (AQIT)
- Participation au groupe de travail mixte (ATR-ATS, TQ) sur la stratégie marketing 2015-2018 de Tourisme Québec
- Participation aux comités des marchés du ministère du Tourisme
- Participation au comité sur les connaissances stratégiques en tourisme du ministère du Tourisme

> Lancement de la Carte-cadeau des Attractions du Québec.



Contribuons **ensemble** à faire **évoluer** l'industrie touristique



4545, av. Pierre-De Coubertin, Montréal, Qc H1V 0B2