



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour publication immédiate

### Cet automne, la Montérégie vous chante la pomme !

*Lancement d'une saison riche de saveur !*

**Brossard, le 24 août 2010** – C'est chez De Lavoie – Vignoble et cidrerie à Rougemont qu'a eu lieu le lancement de la 6<sup>e</sup> édition de la campagne de promotion *Cet automne, la Montérégie vous chante la pomme!* L'événement s'est déroulé en présence de plusieurs intervenants, membres de Tourisme Montérégie et partenaires de la campagne de promotion.

#### Quatre expériences gourmandes

*Cet automne, la Montérégie vous chante la pomme!* est une campagne de promotion qui met à l'avant-plan l'offre agrotouristique de la Montérégie de même que la gastronomie régionale. Tourisme Montérégie en est à sa sixième édition de cette opération qui rassemble une centaine de partenaires, permettant ainsi de présenter une campagne promotionnelle fort intéressante, structurée en quatre expériences : les **balades aux vergers** pour l'autocueillette de pommes dans 40 vergers, la **Route des cidres** qui suggère un itinéraire dans 10 des cidreries de la Montérégie et **la cuisine de nos chefs** dans 15 restaurants où les arômes de la pomme seront présents à chaque bouchée dans un menu table d'hôte.

Une quatrième expérience vient compléter l'offre en matière d'agrotourisme l'automne en Montérégie. Il s'agit des **vignobles et produits du terroir** qui viennent enrichir l'expérience du visiteur. Les vigneronnes de la région ainsi que les producteurs et artisans feront découvrir leurs produits uniques qui donneront une saveur régionale à votre table cet automne.

#### L'importance de l'agrotourisme en Montérégie

Tourisme Montérégie soutient un positionnement et une approche marketing par produit, assurant ainsi à l'agrotourisme et au produit de la pomme une place de choix dans ses nombreuses activités de promotion. « *La Montérégie est la région du Québec qui produit le plus de pommes, soit plus de 50 % de la production québécoise et on y trouve pas moins de 1 700 000 pommiers qui produisent annuellement 600 millions de pommes.* » explique Éric Fournier, directeur général de Tourisme Montérégie. « *Des efforts importants sont mis de l'avant afin de demeurer la première région au Québec en matière d'agrotourisme. De plus, le choix de la pomme comme icône régionale était un choix naturel, une sorte de porte d'entrée sur l'agrotourisme pour la Montérégie en automne* » continue M. Fournier.

#### Un plan marketing pour appuyer nos actions

Dans le cadre de cette campagne de promotion, Tourisme Montérégie, dont la réputation n'est plus à faire en matière de marketing de niche, et sa centaine de partenaires, investissent 100 000 \$ en deux semaines. Le programme marketing prévoit la distribution d'une brochure de promotion de type «circulaire» tirée à 250 000 copies, dont l'encartage se fera dans des journaux tels que *Le Journal de Montréal*, le *Canada Français* et le *Suroit régional*. La stratégie prévoit également des publiereportages, la mise en place d'un site Internet spécifique à cette campagne, la production de matériel promotionnel et de bannières en support pour les restaurants et établissements participants à la campagne ainsi que des relations de presse.

De cette façon, Tourisme Montérégie tente de joindre les 300 000 ménages au Québec (environ 1 000 000 de personnes) susceptibles d'effectuer une escapade agrotouristique en Montérégie à l'automne.

*« Il s'agit de la sixième édition de cette campagne de promotion automnale qui permet à la Montérégie de se démarquer en matière d'agrotourisme et d'accueillir plus de 350 000 visiteurs au cours des prochaines semaines. Cette année, elle se confirme avec les nombreux intervenants touristiques qui participent à cette campagne. Nous sommes impressionnés non seulement de la quantité d'intervenants qui décident de faire de la Montérégie la destination par excellence de l'agrotourisme et de la pomme, mais également de la qualité des intervenants qui gagnent à être connus »* a exprimé M. Éric Fournier.

### **Des objectifs clairement établis**

La campagne de promotion *Cet automne, la Montérégie vous chante la pomme!* vise trois objectifs principaux. Dans un premier temps, elle tente de positionner, dans l'esprit des visiteurs, la Montérégie en tant que première région agrotouristique au Québec. Deuxièmement, Tourisme Montérégie veut inciter la participation de ses partenaires et intervenants pour ainsi structurer l'offre agrotouristique en «expérience clients». Finalement, l'association touristique régionale de la Montérégie désire augmenter sa performance touristique à trois égards : les nuitées, les repas servis et la fréquentation des produits touristiques.

**Cet automne, la Montérégie est la région toute désignée pour venir profiter des saveurs de l'automne.** Les personnes intéressées à en savoir plus composent le 1 866 469-0069 ou consultent le [www.tm-vouschantelapomme.qc.ca](http://www.tm-vouschantelapomme.qc.ca) pour découvrir les établissements participants ou pour commander gratuitement la brochure promotionnelle.

Tourisme Montérégie est une association touristique régionale et est un organisme privé à but non lucratif qui regroupe 385 entreprises. Elle a principalement pour mission le développement, la promotion, l'accueil et l'information touristiques de la Montérégie.

– 30 –

#### Source :

Tourisme Montérégie

Brigitte Marcotte

Service des communications

Tél. : 1 866 469-0069, poste 2236

[bmarcotte@tourisme-montérégie.qc.ca](mailto:bmarcotte@tourisme-montérégie.qc.ca)