

Imaginez, pour vous et votre groupe de visiteurs, l'intérêt et le plaisir de partager ces contenus (possiblement en autobus) au moyen de l'enregistrement que vous ferez de ces capsules vidéo disponibles sur YouTube...

Le Québec **lance officiellement la nouvelle série : « L'appel à lâcher prise »**. Destinée à promouvoir la destination sur les marchés cibles prioritaires, cette série à la *Netflix* sera assurément tout autant appréciée des québécois.es pour la découverte d'expériences inusitées, mais surtout pour la grande dose de fierté qu'elle leur procurera. **La série a été réalisée avec une foule de talents d'ici** dans une approche collaborative avec l'ensemble de l'industrie et des régions. Elle met de l'avant les entreprises, les talents et la culture créative de chez nous. **Charlotte Cardin signe la chanson officielle avec une reprise de *Fous n'importe où* de Daniel Bélanger**, véritable hymne à l'évasion et grand classique pour des milliers de québécois comme trame sonore des vacances. « L'industrie touristique est un véritable vecteur de développement économique sur les marchés hors Québec. Notre passion viscérale pour la destination contribue de façon marquée à l'essor socioéconomique de notre province, à notre fierté nationale et à rassembler les gens », précise Caroline Proulx, ministre du Tourisme. **Le premier épisode sera disponible dès le 18 janvier**, mais pour les amateurs d'écoute en rafale, **tous les épisodes seront disponibles le 6 mars en ligne sur la [chaîne YouTube de la marque QuébecOriginal](#)**.



► [Cliquez ici pour visionner la bande-annonce](#)

La prémisse : lâcher prise, c'est inné

« Le Québec n'est pas une simple destination : c'est une invitation à lâcher prise et à se reconnecter à ce qui compte vraiment. On ressent tous cet appel, mais on l'ignore trop souvent. Quand on visite le Québec, ça redevient instinctif, car on a tout en place pour y arriver. Au Québec, on sort des sentiers battus et on ose la nouveauté. Nous incarnons tous la marque QuébecOriginal. », explique Martin Soucy, président-directeur général de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance). La série repose sur les **3 piliers de l'ADN du Québec touristique** qui sont de vrais catalyseurs du lâcher prise :

- Un **territoire spectaculaire** qui connecte avec des émotions pures et brutes.
- Une **culture créative** qui divertit et permet de vivre des moments riches et mémorables.
- Et surtout, un **accueil généreux** qui procure un profond sentiment de bien-être.

Le concept : une série de contenus immersifs

On ne voyage plus seulement pour cocher des destinations sur une liste, mais pour vivre des moments forts qui restent ancrés dans la mémoire, qui marquent et nous transforment. Pour créer une connexion émotionnelle forte avec les voyageurs potentiels, il faut du temps. « Dans la campagne de l'année dernière, nous avons

remarqué un grand appétit pour des formats de contenus plus longs. Cette année, on sort des formats classiques et on présente **une série de 8 épisodes de 3 à 5 minutes pour suivre 2 duos de voyageurs au Québec**. Une série de 3 épisodes est aussi prévue à l'automne avec le retour de l'acteur et blogueur mexicain, [Alan Estrada](#), pour promouvoir le tourisme hivernal sur ce marché. », explique Sébastien Viau, vice-président marketing et commercialisation de l'Alliance.



Les acteurs : la rencontre entre les *Originaux* et les voyageurs

L'industrie touristique québécoise déborde de gens passionnés qui font rayonner le Québec. Nous les appelons *les Originaux* et ils sont au cœur de la série. Partager un moment avec eux permet de changer de perspective, de mieux connaître un endroit, de s'en imprégner et de lâcher prise pour s'ouvrir à la nouveauté. Pour aller à leur rencontre, l'Alliance a fait appel à des voyageurs originaires et influenceurs des marchés cibles prioritaires soit l'Ontario, les États-Unis et la France. **Les 4 premiers épisodes présentent les expériences d'[Alex Vizéo](#) et [Steven Herteleer](#)**, amis et globetrotters français qui voyagent autant par passion que pour leur métier. Dans ce contexte, l'objectif était de leur permettre de lâcher prise de leurs vies effrénées. **Les 4 suivants proposent de suivre l'aventure de [Paola Franqui](#) & [Sandra Rodriguez](#)**, un duo mère-fille doté d'une super complicité qui représente un autre type de voyage, soit le multigénération. Paola a quitté son emploi routinier pour vivre de sa passion, soit la photographie. Sa mère la suit dans cette aventure au Québec où les deux reconnectent intensément en sortant de leur quotidien.



La production : la culture créative autant dans les contenus que dans le contenant

À tous les niveaux de production, l'Alliance a collaboré avec une équipe multidisciplinaire qui incarne parfaitement la marque. L'organisation tient à remercier les talents, les entreprises, le ministère du Tourisme et tous les partenaires partout en province pour l'appui dans ce projet d'envergure. **Une mention spéciale à [Cossette](#), [Touché!](#), [Cult Nation](#), Eva Van den Bulcke et [Post-Moderne](#) pour leur dévouement dans la réalisation.** Finalement, l'Alliance remercie **Charlotte Cardin** pour sa voix et son rôle d'ambassadrice, **Daniel Bélanger** pour ses mots et **CRi, Connor Seidel et Jason Brando**, pour la réalisation musicale et vocale de la chanson officielle. Il importe à l'organisation de travailler avec des artistes d'ici pour exprimer tout ce que les images ne suffisent pas à décrire et amener les gens à découvrir la culture québécoise.



L'industrie touristique: vecteur de développement économique majeur pour le Québec

En générant près de **16 G\$ en retombées économiques et 376 000 emplois en 2018 au Québec**, l'industrie touristique, **3^e produit d'exportation** de la province, représente un énorme potentiel de croissance économique.

Citations

«C'est pour moi un grand honneur de participer à une campagne faisant rayonner le Québec à l'international, en reprenant les mots et mélodie de mon artiste québécois préféré.» - **Charlotte Cardin, interprète de la chanson « Fous n'importe où » de Daniel Bélanger**

« L'esprit du Québec, c'est vraiment de ne pas juger, d'aller de l'avant, d'être ouvert, souriant et accueillant. En fait, on te prend comme t'es! Du coup, t'as envie de ramener ça chez toi, de faire pareil et de créer quelque chose. C'était vraiment fort! » – **Steven Herteleer, voyageur invité, photographe et globetrotteur**

« Dans cette série, nous montrons au monde entier ce que nous sommes et ce que nous faisons vivre aux voyageurs quand ils sont ici. C'est authentique. » – **Perle Morency, propriétaire du restaurant Côte Est à Kamouraska et l'une des Originaux.**

« Faire découvrir le Québec sous un angle original, faire ressentir la vraie saveur, raconter la culture au-delà des clichés, ça prend du temps. Avec des contenus plus longs, on peut entrer plus dans le détail de l'expérience, dans les émotions et être moins générique. Le Québec est suffisamment inspirant pour marquer les esprits et retenir l'attention. » – **Florence Girod, Chef de la stratégie et du produit intégré, Cossette**

« On regarde la nouvelle série de la marque QuébecOriginal « L'appel à lâcher prise » comme on voyage au Québec: avec un regard nouveau! C'est beau, c'est vrai et c'est humain. On en ressort avec une envie profonde d'y (re)venir parce que le Québec c'est tout ça à la fois ! » – **Paul Rousseau, Superviseur Média, Touché!**

« L'accueil touristique, c'est un travail de tous les jours qui s'accomplit en collaboration avec tous les talents de chez nous. D'un bout à l'autre de la province, plusieurs partenaires ont participé à cette série afin de faire vivre une expérience de voyage authentique à nos invités pour qu'ils la fassent résonner sur nos marchés. Soyons fiers de cette série et partageons en grand nombre. » – **Éric Larouche, président du conseil d'administration de l'Alliance**

À propos de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

L'Alliance s'engage à faire du Québec une destination touristique de calibre mondial. Mandataire de la ministre du Tourisme pour faire la promotion de la destination sur les marchés hors Québec, elle est le porte-voix de 10 000 entreprises touristiques, réunies au sein de 40 partenaires associatifs régionaux et sectoriels. Partenaire de réussite de l'industrie qu'elle rassemble, concerte et représente, l'Alliance soutient et participe au développement de l'offre et à la mise en marché touristique du Québec. L'Alliance contribue au rayonnement national et international de la destination et à l'accroissement des retombées économiques au Québec.

Crédits photos : Rue du Cul-de-Sac, ville de Québec, Festival Mile Ex End, Montréal, Île aux lièvres, Bas St-Laurent ©TQ/G. Leroyer

https://www.youtube.com/watch?v=vaMwjdgqGlo&list=PLYeGfpReyq78kc_V4XIWvfnm2Y_21oJK&index=2