

# LAPRESSEAFFAIRES.COM

## Stanislas: symbole touristique de la région

6 mars 2008 - 06h00

Le Nouvelliste

[Guy Veillette](#)

Shawinigan

Le concept avait séduit l'organisme régional. Le directeur général, André Nollet, aurait même souhaité compter sur Stanislas dès le début 2007 pour sa promotion. Mais l'album n'est finalement sorti qu'au début de l'été.



Or, selon M. Nollet, pas moins de 8000 exemplaires des aventures de Stanislas ont été vendus depuis son lancement. Tourisme Mauricie profite donc de cet élan pour faire du personnage de bandes dessinées sa signature promotionnelle.

Hier matin, la page couverture du guide touristique 2008 a été présentée. On y aperçoit, à l'avant-plan, Stanislas en habit de cow-boy, entre la Cité de l'énergie et le pont Laviolette.

Au bas de la page, il s'adonne à des activités de plein air et à la rédaction d'un poème.

Pour la première fois, ceux qui consulteront le guide touristique de la Mauricie pourront participer à un concours et courir la chance de remporter l'un des quatre séjours offerts dans la région.

Encore une fois, Stanislas est étroitement lié à ce nouveau concept.

Tourisme Mauricie a conclu une entente de quatre ans avec les auteurs du "Tour du Québec en BD", Jean-François Gaudet et Hugues Poirier. Voilà qui assure une belle stabilité pour la diffusion de l'offre régionale, un casse-tête pas facile à résoudre au fil des ans.

"Trouver une image, un élément d'identification fort pour la Mauricie, ce n'était pas un défi nouveau", convient Anaïs Laurent, directrice du marketing à l'association touristique régionale.

"Les campagnes passées ont porté fruit, mais cette question continuait de nous hanter!"

Selon elle, ce promoteur de la région devait remplir quatre critères: il devait être flexible, invitant, rassembleur et distinctif. Stanislas a passé le test et même, suscité beaucoup d'enthousiasme chez les partenaires de Tourisme Mauricie, selon Mme Laurent.

Le personnage de bandes dessinées est déjà associé à une trentaine de mises en situation, qui rappelleront toutes un produit d'appel régional.

### **Toujours en hausse**

André Nollet, directeur général de Tourisme Mauricie, estime à 2,6 millions \$ l'argent qui sera investi en promotion en 2008, sur un budget total de 3,2 millions \$. Il s'agit d'une hausse d'environ 8 % par rapport à l'an dernier.

"Le tourisme en Mauricie, c'est possiblement notre prochaine industrie majeure", fait-il remarquer.

"Nous n'avons pas les budgets de Montréal et Québec, mais nous avons beaucoup d'imagination. Nous sommes la première région à utiliser un personnage de bandes dessinées pour notre promotion et la première région à présenter un concours dans son guide touristique."

Selon M. Nollet, Stanislas produira un effet instantané, surtout chez les familles.

"Qui a la plus grande influence pour la destination vacances?" questionne-t-il. "En général, ce sont les enfants..."

Au bout du compte, l'idée de génie pour vendre la Mauricie est issue des... Îles-de-la-Madeleine! M. Nollet n'y voit pas d'ironie.

"Les auteurs installent un kiosque pendant le Festival western de Saint-Tite est c'est là où ils vendent le plus de bandes dessinées", fait-il remarquer.

"Le fait qu'ils viennent de l'extérieur est même doublement flatteur, parce qu'ils ont cru en la Mauricie."