

LES VACANCIERS MAGASINENT DE PLUS EN PLUS SUR LE WEB

L'Internet gagne du terrain

■ **L'Internet s'avère de plus en plus un outil promotionnel incontournable pour l'industrie touristique. Et pour cause : les vacanciers sont de plus en plus nombreux à avoir le réflexe de naviguer sur le Web afin de magasiner leurs séjours.**

JEAN-FRANÇOIS BOUCHARD

Au cours des deux dernières années, l'achat sur le site Internet de Tourisme Bas-Saint-Laurent a augmenté annuellement de 30 %. « Dans les années à venir, nous voulons faire du marketing direct à l'aide de l'Internet. Il faut s'ajuster à notre clientèle et on s'aperçoit que la clientèle va beaucoup plus sur Internet que dans nos bureaux d'information touristique, par exemple, pour trouver leur information », explique Louise Lacoursière.

Récemment, Tourisme Bas-Saint-Laurent a joint les rangs d'un regroupement pour la réalisation d'un site consacré à la commercialisation de forfaits, le www.escapadepromance.com. Depuis le mois d'avril, plus de 30 000 internautes ont visité le site. Cinq autres régions ont participé à la création du site qui a nécessité un investissement de 150 000 \$.

À l'Hôtel Rimouski, les réservations en ligne ont monté en flèche. « Il y a trois ans, nous avions 1 % des réservations qui nous parvenaient par Internet. Maintenant, nous sommes rendus au-delà de 25 % », indique le copropriétaire Gaston Gendreau, qui souligne l'importance d'avoir un site permettant les transactions en ligne. « Sinon, l'internaute va passer à un autre hôtel. »

TOURISME GASTRONOMIQUE

Gagnant de plus en plus ses lettres de noblesse, le tourisme gastronomique est mis en valeur dans une nouvelle brochure tirée à 50 000 exemplaires. Pas moins de 120 entreprises d'artisans, de producteurs, d'horticulteurs, d'agriculteurs, de pêcheurs et de restaurateurs du Bas-Saint-Laurent sont répertoriés dans le guide « Saveurs et gourmandises ».

« Avant on parlait de tourisme d'aventure et maritime, on parle maintenant de tourisme gastronomique. Alors, c'est devenu important. Et une des premières choses que l'on regarde avant de partir en vacances, c'est un endroit où on va bien bouffer. Cela fait partie de nos mœurs québécoises », estime Hugues Massey, président des Saveurs du Bas-Saint-Laurent.



Hugues Massey, président des Saveurs du Bas-Saint-Laurent, Louise Lacoursière, responsable des communications chez Tourisme Bas-Saint-Laurent, en compagnie de Gaston Gendreau, président de Tourisme Bas-Saint-Laurent.

La durée moyenne des séjours frise maintenant les trois nuitées au Bas-Saint-Laurent. C'est de la mi-juillet à la fin août que la saison touristique bat son plein dans la région. « Et les mois de septembre et octobre sont en constante augmentation, plus que le printemps », conclut Mme Lacoursière. Mentionnons que Tourisme Bas-Saint-Laurent et ses partenaires ont investi plus de 500 000 \$ pour promouvoir la région sur la scène provinciale. Le site de l'ATR du Bas-Saint-Laurent est le www.tourismebas-st-laurent.com.

Brochure promotionnelle

L'Avantage
42 000 copies

13 juillet 2007