

BILAN SAISON TOURISTIQUE 2016

Une saison touristique formidable pour le Bas-Saint-Laurent!

Rivière-du-Loup, le 5 octobre 2016 – La saison touristique 2016 n'est pas totalement terminée que toute l'industrie touristique applaudit l'augmentation de l'achalandage estival par rapport à l'an dernier, qui avait été une bonne saison. La température clémente, le prix avantageux de l'essence, le taux de change, l'offre touristique de la région ainsi que les différentes campagnes de promotion ont fait que les touristes ont afflué au Bas-Saint-Laurent.

Hébergement

Selon les chiffres compilés par le ministère du Tourisme, le mois de juillet a connu une hausse du taux d'occupation de 3 % par rapport à juillet 2015. Selon l'outil interne de Tourisme Bas-Saint-Laurent mesurant la disponibilité de l'hébergement, la région a affiché « complet » pendant plus de 30 jours consécutifs, soit de la mi-juillet à la mi-août. Même si les données d'août et de septembre ne sont pas encore officielles, nous pouvons déjà affirmer que ces mois ont été excellents.

Attraits

Selon les entreprises sondées, tous sont heureux du déroulement de leur saison touristique.

- La **Société Duvetnor** a noté une augmentation de 20 % sur l'ensemble de ses activités, le phare du Pot à l'Eau-de-Vie ayant affiché « complet » tout l'été.
- Le **Site historique maritime de la Pointe-au-Père** avec son événement « Yellow Rimouski » a reçu 10 % de plus de visiteurs.
- La **Traverse Rivière-du-Loup – Saint-Siméon** a connu sa meilleure saison estivale depuis longtemps avec 10 % d'augmentation de sa clientèle.
- La **Société d'écologie de la batture de Kamouraska (SEBKA)** a bien profité de ce bel été. Elle enregistre une hausse de 20 % sur l'ensemble de ses activités (camping, kayak de mer, escalade et randonnées pédestre).
- Même avec deux semaines d'activité en moins, la **Traverse Trois-Pistoles – Les Escoumins** a connu une augmentation de 6 % par rapport à 2015, déjà une bonne saison.
- Avec deux nouveaux campings offerts dont l'un axé sur les familles, le **parc national du Lac-Témiscouata** a connu une hausse de 10 % de sa fréquentation et une augmentation marquée des visiteurs du Nouveau-Brunswick.
- Le **Manoir Seigneurial Fraser** enregistre une hausse de 12 %. L'activité « Libérez le fantôme d'Alice » a attiré plus de familles que l'an dernier.

Lieux d'accueil touristique

Les 10 lieux d'accueil touristique du Bas-Saint-Laurent ont informé plus de 80 000 visiteurs venus de partout dans le monde. C'est une légère baisse de 2 % qui s'explique par une plus grande distribution du guide touristique officiel du Bas-Saint-Laurent et par la multiplication des canaux d'information (réseaux sociaux, site Internet, magazines, télévision). Les entreprises touristiques de la région offrent également de plus en plus de présentoirs de dépliants d'activités à faire à proximité, ce qui diminue les déplacements vers les lieux d'information.

La clientèle principale des lieux d'accueil est composée à 70 % de Québécois provenant majoritairement de la Montérégie (11,5 %), de Québec (10,9 %), de Montréal (10,8 %) et de Chaudière-Appalaches (6,2 %). Les Ontariens ont été plus présents cet été (+ 4,5 %), nos voisins américains et nos cousins français ont été sous le signe de la stabilité.

Site Internet BasSaintLaurent.ca

Le site Internet de Tourisme Bas-Saint-Laurent a connu une légère baisse de fréquentation, mais les utilisateurs ont visité plus de pages (+12 %) et allongé leur consultation moyenne (+5 %). Les sections « Établissements hôteliers », « Activités en forêt », « Route des Navigateurs » et « Forfaits » sont les sections les plus consultées. Plus de 54 % (-4 % vs 2015) des visites sont effectuées à partir d'un ordinateur, 27,5 % (+1,5 % vs 2015) à partir d'une tablette et 18 % à partir d'un téléphone mobile (+3 % vs 2015).

Tourisme Bas-Saint-Laurent est présent sur plusieurs plateformes sociales (Facebook, Twitter et Instagram). Les amoureux du Bas-Saint-Laurent sont ainsi informés des nouveautés, des activités à faire ainsi que des suggestions thématiques tout au long de la saison et de l'année.

Concours CouchersDeSoleil.com

Du 6 mai au 5 août, le concours **Prescription coucher de soleil** permettait d'envoyer à sa famille et ses amis l'une des 6 photos de couchers de soleil de la région tel un antidote infaillible. Plus de 28 000 personnes se sont donc mieux portées grâce à cette prescription. « C'est un taux de participation au-delà de nos attentes. Nous voulions par ce concours faire rayonner le Bas-Saint-Laurent par ses magnifiques couchers de soleil qui font la réputation de la région. Je crois que nous avons réussi! » a mentionné Pierre Fraser, responsable régional marketing à Tourisme Bas-Saint-Laurent.

Le concours **Grande Chasse aux couchers de soleil** était de retour cette année. « C'est plus de 3 200 photos de couchers de soleil de la région que nous avons reçues cette année. C'est similaire à l'an dernier. » mentionne monsieur Fraser. Le but de ce concours est de faire rayonner la marque Bas-Saint-Laurent – Réserve mondiale de bon temps sur les réseaux sociaux. Les photos partagées sur Facebook ont été parmi les publications les plus aimées durant tout l'été. Le tiers des photos reçues a été pris dans la région de Rimouski.

Les noms des gagnants de ces deux concours sont affichés sur le site CouchersdeSoleil.com

« Plus de 650 000 \$ sont investis en promotion estivale sur les différents marchés que nous couvrons. Nous faisons également différentes campagnes conjointes avec d'autres régions du Québec pour la promotion de certains produits, dont les croisières aux baleines et l'expérience « fleuve », le mototourisme et le quad » de dire Pierre Fraser, responsable régional marketing.

En plus de la campagne estivale de Tourisme Bas-Saint-Laurent, 1,5 M\$ sont investis par Le Québec maritime pour promouvoir les régions de l'Est du Québec sur les marchés hors Québec et internationaux, dont l'Ontario, les États-Unis et la France.

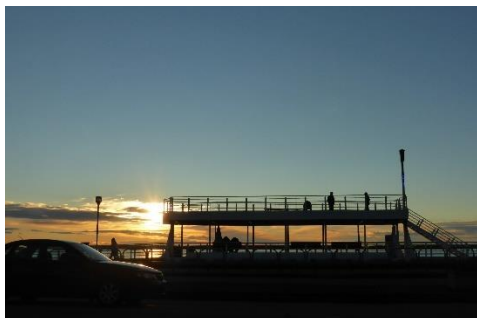
Le mandat de Tourisme Bas-Saint-Laurent est de positionner la région du Bas-Saint-Laurent comme une des principales destinations vacances au Québec, ainsi que de susciter le développement de l'offre touristique et d'en faire la mise en marché. Le tourisme au Bas-Saint-Laurent, un secteur de l'économie essentiel : 850 entreprises, 7 800 emplois et plus de 150 M\$ en retombées annuellement. Les actions de promotions de Tourisme Bas-Saint-Laurent sont rendues possibles grâce au partenariat avec Tourisme Québec.

- 30 -

Source : Karine Lebel, Communication
Tourisme Bas-Saint-Laurent
(418) 867-1272 / 1 800 563-5268
karinelebel@bassaintlaurent.ca

p. j. Photos des gagnants du concours « La Grande Chasse aux couchers de soleil »

Monsieur René Harton, de Rimouski
(1^{er} prix)



Madame Catherine Albert, de Québec
(2^e prix)

