

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

### Un bilan de la saison estivale positif dans la région Les Moulins!

**Terrebonne, le 12 octobre 2012** - Tourisme des Moulins dresse un bilan positif de la période estivale dans la région moulinoise, alors que l'achalandage dans les lieux d'accueil a continué sa progression avec une augmentation de 5,4 % des visiteurs et de 52,9 % du côté des visites sur le site Internet pour la période du 1<sup>er</sup> mai au 30 septembre 2012.

Du point de vue de l'achalandage au Bureau d'information touristique et au kiosque situé à l'entrée du Site historique de l'Île-des-Moulins du 1<sup>er</sup> mai au 30 septembre, il s'agit d'une légère augmentation de 5,4 % avec 6 290 visiteurs en 2012, comparativement à 5 968 visiteurs en 2011. Alors que les taux d'occupation des lieux d'hébergement ont progressé en juillet et août 2012 dans la région de Lanaudière, atteignant respectivement 46,6 % et 48 %, le taux d'occupation dans les MRC Les Moulins et Montcalm est aussi à la hausse avec une moyenne de 51,8 % pour les mois de juillet et août 2012, comparativement à 51,5 % en 2011.

Le site Internet de Tourisme des Moulins a reçu 61 366 visites du 1<sup>er</sup> mai au 30 septembre 2012, affichant une augmentation de 52,86 %, comparativement à la même période en 2011, alors que le site avait accueilli 40 146 visiteurs. Le nombre de pages vues est aussi en augmentation de 38,65 % avec 157 128 pages vues en 2012 comparativement à 113 329 pages vues en 2011. Cette hausse des visites se traduit surtout par une meilleure performance du trafic de recherche via les moteurs de recherche tels que Google, Bing et Yahoo. En effet, le trafic de recherche naturel constitue 87,84 % des visites sur le site et est en augmentation de 86,23 % en 2012 comparativement à 2011, ce qui témoigne d'une amélioration considérable du référencement naturel du site. « Cela s'explique par le fait que depuis les deux dernières années, Tourisme des Moulins a mis en place plusieurs actions afin d'optimiser le référencement naturel de son site par l'ajout de contenu et de mots-clés pertinents et de vidéos », précise Mme Corinne Gendron, directrice générale de Tourisme des Moulins. La durée moyenne des visites sur le site Internet a été de 1:39 minutes. La campagne de promotion estivale s'est concentrée surtout dans des médias imprimés tels que La Presse, Notre Québec, le magazine Espace et SORTIR Lanaudière afin d'accroître la notoriété de la région.

### À propos de Tourisme des Moulins

Tourisme des Moulins représente plus de 100 entreprises membres et a pour mandat de promouvoir et de travailler à l'épanouissement et au développement des secteurs touristiques et culturels de la MRC Les Moulins, dans le cadre de stratégies régionales et sous-régionales. En concertation avec les divers intervenants de la MRC Les Moulins, l'organisme vise également à mettre en place, d'une part, des structures et des programmes d'accueil visant à offrir des informations de qualité concernant les activités et les services offerts aux touristes, aux excursionnistes et aux résidents, et d'autre part, des programmes de communication et de commercialisation.

- 30-

### Source :

**Annie Gingras**

*Coordonnatrice aux communications et marketing*

Tourisme des Moulins

Téléphone: 450 964-0681, poste 4

Courriel : [marketing@tourismedesmoulins.com](mailto:marketing@tourismedesmoulins.com)