

COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

Achalandage touristique dans Lanaudière : forte hausse de l'achalandage des attraits, belle progression du secteur de l'hébergement

Rawdon, le 3 août 2012 — La saison touristique estivale bat son plein et Lanaudière accueille actuellement une grande quantité de visiteurs, touristes et excursionnistes provenant principalement du grand Montréal, mais aussi d'ailleurs au Québec, des États-Unis et de l'Europe. Même s'il est un peu tôt pour tirer des conclusions sur l'ensemble de la saison, Tourisme Lanaudière a compilé plusieurs indicateurs de performance et réalisé une enquête à laquelle 110 entreprises touristiques ont répondu. Les résultats obtenus permettent de constater une progression intéressante de notre industrie.

Madame Évangéline Richard, présidente de Tourisme Lanaudière, se dit satisfaite de la progression générale de l'industrie touristique cet été : « *De façon générale, nous sommes heureux de constater que les attraits et activités touristiques sont en constante progression. Quant aux lieux d'hébergement, après un mois de mai décevant et un mois de juin relativement stable, la clientèle est au rendez-vous et la plupart des entreprises connaissent une progression de plus en plus intéressante, à mesure que l'été avance.* »

À Tourisme Lanaudière, **les commandes de brochures par téléphone et par Internet** ont progressé de façon importante en juin, par rapport à la même période l'an dernier (plus de 700 demandes pour juin seulement). On peut présumer que les actions de promotion liées à la campagne « Lanaudière, c'est à MON goût! » ont eu un impact concret à cet effet.

Du 1^{er} mai au 30 juillet 2012, **l'achalandage du site Internet [lanaudiere.ca](http://www.lanaudiere.ca)** a connu une hausse de plus de 50 % par rapport à 2011. Aussi, les fiches des entreprises membres ont connu une augmentation très importante de leur fréquentation : près de 100 000 fiches ont été vues depuis le 1^{er} mai 2012, une augmentation de plus de 80 % par rapport à 2011!

Au cours des derniers mois, Tourisme Lanaudière a développé d'importantes stratégies Web 2.0 : présence accrue, entre autres, sur Facebook et Twitter, création d'un concours sur la plateforme Facebook et création d'un tout nouveau blogue. Déjà, les résultats sont probants. Notons, entre autres, une forte augmentation de nouveaux adeptes sur notre page Facebook (+3118) et un achalandage accru sur notre site Web en lien avec le blogue (21 000 visites depuis mai 2012).

Les lieux d'accueil et d'information touristique du territoire ont connu, quant à eux, une diminution du nombre de visiteurs de l'ordre de 16 % en juillet.

Selon les 49 entreprises en hébergement sondées, le mois de mai aura été difficile. Quant à juin, il aura généré des résultats mitigés, positifs pour certains entrepreneurs et négatifs pour d'autres. Le mois de juillet nous a cependant réservé de belles surprises avec 40 % des entreprises enregistrant des hausses d'achalandage. Autre bonne nouvelle : les réservations pour août sont à la hausse dans 41 % des entreprises sondées (27 % sont stables). De l'avis de Denis Brochu, directeur général à Tourisme Lanaudière, les mois de juillet et août étant naturellement les plus achalandés, **on peut anticiper des résultats globaux positifs pour l'industrie hôtelière lanaudoise.**

En ce qui concerne les activités et attraits touristiques, monsieur Brochu souligne que « **l'offre touristique lanadoise s'est grandement diversifiée au cours des dernières années et que la clientèle de proximité est en constante croissance** ».

Effectivement, les gestionnaires d'**activités et attraits touristiques** ont connu une **excellente performance** en mai, juin et juillet. Environ 50 % des entreprises sondées signalent même des hausses d'achalandage pour chacun des mois. Les secteurs du **plein air, loisir (63 % à chaque mois)** et de l'**agrotourisme (63 % en juillet)** sont ceux qui signalent les hausses les plus importantes tandis que les **attrait culturels** connaissent des résultats à la baisse. Le secteur de la **détente** présente des résultats mitigés.

Les actions de promotion estivales coordonnées par Tourisme Lanaudière se poursuivent jusqu'en septembre afin de faire le plein de visiteurs jusqu'à la mi-octobre. Au total, ce sont près de 500 000 \$ qui auront été investis conjointement à l'été 2012, par les entrepreneurs touristiques et leur association touristique dans différentes actions de promotion, afin d'attirer la clientèle du Québec et d'ailleurs dans Lanaudière.

Une analyse de fin de saison sera réalisée en octobre prochain afin de dresser un bilan complet des résultats de la saison estivale 2012 pour l'industrie touristique.

Vous pouvez consulter les résultats du sondage de mi-saison été 2012 et l'analyse complète au www.lanaudiere.ca/fr/zone-membres/statistiques sous l'onglet Statistiques et rapports.

- 30 -

Source : Andr anne Beaulieu
Agente de communication
Tourisme Lanaud re
beaulieu@lanaudiere.ca / 450 834-2535

Information : Denis Brochu
Directeur g n ral
Tourisme Lanaud re
brochu@lanaudiere.ca / 450 834-2535