

Communiqué de presse
Pour diffusion immédiate

Les touristes ont profité du Centre-du-Québec cet été!

Centre-du-Québec, 27 août 2014 – Même s’il reste encore plusieurs journées de beau temps, l’été laissera bientôt sa place à l’automne. D’ici là, Tourisme Centre-du-Québec invite les gens à venir découvrir sa magnifique région, tout comme l’ont fait plusieurs touristes cet été.

Plusieurs indices sonnent positifs aux oreilles de l’association touristique régionale. « Nous avons consulté un certain nombre de nos membres, autant des gestionnaires d’attrait touristiques, de sites de plein air ou encore des propriétaires d’établissements d’hébergement et on nous parle de hausse d’achalandage. Parfois plus légère, parfois plus élevée, l’important pour nous est de constater que notre industrie est en bonne santé. Comme l’un des objectifs de l’association touristique est d’augmenter le nombre de nuitées, nous sommes ravis du retour de nos hôteliers disant que les forfaits, comme golf, vélo et théâtre d’été, ont eu la cote cet été. De plus, il faut dire que nos festivals se portent très bien. L’offre centricoise est assez diversifiée et permet de rejoindre des clientèles variées. Finalement, les efforts de promotion de la région, entre autres au niveau du vélo et de la moto portent fruit, car plusieurs hôteliers notent une croissance de ces clientèles. », a mentionné Céline Rousseau, directrice marketing et directrice adjointe à Tourisme Centre-du-Québec.

Campagne promotionnelle et positionnement de la région

La campagne télé « La route est belle » s’est poursuivie pour une 4^e année consécutive. Durant l’été, la région Centre-du-Québec était présente à Radio-Canada et LCN. Les partenariats établis avec les émissions Pénélope McQuade et Cap sur l’été ont été un franc succès. Cette visibilité a bénéficié énormément au positionnement de la région et au rayonnement de l’image de marque. Le concours « Gagnez un séjour au Centre-du-Québec » avec Cap sur l’été a reçu près de 6 000 inscriptions. De plus, les chroniques de Jocelyn Lebeau ont fait fureur et les entreprises touristiques ciblées par celles-ci ont vu les répercussions immédiatement sur leur clientèle.

Le Web n'a pas été laissé pour compte dans les stratégies 2014! La page Facebook, entre autres, a connu une hausse de ses adeptes grâce au concours mis en place d'avril à juin. De plus, les investissements dans les publications payantes ont contribué à faire connaître et à faire circuler sur cette plate-forme sociale différentes informations sur les activités de la région. De plus, cette façon de faire a permis d'interagir davantage avec la communauté Facebook et de connaître le pouls du public. Facebook se retrouve toujours d'ailleurs dans le top 3 des sites référents au tourismecentreduquebec.com. Le raffinement des placements Web (Adwords et bannières) y est également pour quelque chose dans la hausse d'achalandage de 12.5 % du site Web pour les mois de mai à août. À titre d'exemple, les campagnes de mots-clés « camping » et « mototourisme » affichent des taux de conversion supérieurs à la moyenne. Les fiches des membres ont grandement été consultées au cours des derniers mois.

À l'approche du long congé de la fête du Travail, Tourisme Centre-du-Québec invite les gens du Québec et d'ailleurs à explorer la région et à découvrir tout ce que les sites touristiques ont à offrir! Pour des suggestions d'activités, il est possible de contacter l'équipe de l'association touristique au 1 888 816-4007 ou de visiter le tourismecentreduquebec.com.

-30-

Source :
Isabelle Hallé, responsable des communications
Tourisme Centre-du-Québec
819 364-7177, poste 302