

Saison touristique 2012

Tourisme Suroît présente un bilan positif pour 2012 !

Salaberry-de-Valleyfield, le 5 décembre 2012 : Tourisme Suroît a présenté dernièrement ses résultats pour la saison touristique 2012. « Pour une 3^e année consécutive, la région touristique du Suroît a enregistré une hausse de la fréquentation de ses établissements dans près de 60% des cas. Ce sont des signes très encourageants à l'aube de l'année 2013 », a affirmé la directrice générale de Tourisme Suroît, M^{me} Manon Patenaude.

Plusieurs facteurs expliquent ces résultats positifs. « La tendance observée en mi saison s'est confirmée. En effet, la belle température est demeuré un facteur important pour plusieurs d'entre eux alors que le bouche à oreille a influencé de façon positive les résultats à la hausse. Je le répète, pour nous, c'est une bonne nouvelle parce que nous croyons que les résidents du Suroît sont les meilleurs ambassadeurs », a ajouté M^{me} Patenaude.

Au cours de la dernière année, ce sont plus de 7 100 touristes qui ont été renseignés grâce à l'un de nos trois bureaux d'information touristique, que ce soit par téléphone ou en personne. De ces résultats, il faut noter que près de 20 % des visites en personne proviennent de l'extérieur du Québec. La coordonnatrice accueil et relations avec les membres, M^{me} Josée Bilodeau a souligné que « dans les dernières années, plusieurs efforts de promotion ont été faits entre autres sur le marché ontarien et nous voyons aujourd'hui que cette stratégie commence à porter ses fruits. C'est également un bel indice que nous avons un produit qui attire cette clientèle de proximité ».

Au cours de la saison touristiques, 21% des demandes concernaient le produit vélo, 17% pour les festivals et les événements de la région et 10% cherchaient leur chemin. Les autres produits les plus populaires ont été le nautisme, le plein air et l'hébergement dans la région. « Le vélo est un produit très important pour le Suroît et le nombre d'actes de renseignements sur ce produit confirme la qualité de l'offre vélo dans la région », a souligné M^{me} Bilodeau.

Campagnes promotionnelles

Depuis maintenant près de 10 ans, la campagne Balades.ca propose aux visiteurs d'ici et d'ailleurs 10 escapades qui mettent en valeur des pôles, tout en proposant une expérience unique par des parcours cartographiés. C'est la grande région du Suroît qui propose plus d'une centaine d'expériences touristiques dans 43 municipalités!

En plus d'opter pour un mix média des plus variés dans le choix des placements publicitaires, Tourisme Suroît a entrepris un virage Web afin de se rapprocher davantage des touristes qui utilisent ce médium comme outil de recherche. « Ce virage, en plus de la concentration de nos efforts promotionnels sur Internet et dans le temps ainsi que l'optimisation de la campagne d'achat de mots-clés ont contribué à la réussite de cette campagne », a précisé la coordonnatrice marketing de Tourisme Suroît, M^{me} Maude Leduc.

La restauration et l'hébergement sont encore et toujours les sections du répertoire les plus fréquentées du site Internet www.tourismesuroit.com. L'agrotourisme, la culture et le nautisme ont également été très populaires. En ce qui concerne le site Balades.ca, toutes les pages de la section portant sur le vélo sont à la hausse Près de 20% de la

fréquentation générale du site Balades.ca concerne d'ailleurs le produit vélo. « Il faut d'ailleurs noter qu'en date du 31 octobre, le site Internet de Tourisme Suroît avait connu une hausse de fréquentation de 24%, ce qui représente la diminution d'actes prodigués dans nos trois bureaux d'information touristique. Cela vient confirmer l'importance de se tourner vers le Web pour nos promotions », a renchéri M^{me} Leduc.

Nouveautés 2012

Au cours de la saison 2012, Tourisme Suroît a apporté plusieurs nouveautés. Notons d'abord qu'au niveau de la campagne promotionnelle Balades.ca, un trois pages de publicités et d'articles ont paru dans le *Celebrate Summer Magazine*, un supplément envoyé aux abonnés du Ottawa Citizen. De plus, une plus grande concentration des placements a été faite sur Internet plutôt que dans les médias traditionnels et en mettant un poids média plus important sur le marché ontarien. Les membres ont également eu une plus grande visibilité sur des napperons aux couleurs du Suroît et distribué dans plusieurs restaurants du territoire du Suroît.

Finalement, Tourisme Suroît a présenté une toute nouvelle signature visuelle au début de la saison estivale ainsi qu'un guide touristique tout revampé, offrant ainsi plus de contenus promotionnels et de plus grandes images évocatrices.

« L'année 2013 s'annonce prometteuse pour l'industrie touristique du Suroît puisque nous offrirons une toute nouvelle version de notre site Internet, avec une nouvelle image en harmonie avec notre guide papier, de nouvelles sections, de nouvelles fonctionnalités et bien plus. Ce nouveau site sera encore plus facile à consulter et plus utile pour les visiteurs cherchant des activités à faire dans la région. Il sera d'ailleurs aussi accompagné de sa version mobile », a conclu la directrice générale de l'organisation, Manon Patenaude.

Rappelons que Tourisme Suroît est un organisme à but non lucratif dont la mission est de promouvoir la destination «Le Suroît» et les intervenants qui la composent. L'Office du tourisme du Suroît est également responsable de l'accueil, de la promotion, du développement, de la commercialisation et de la concertation des intervenants sur ce territoire regroupant les MRC du Haut-Saint-Laurent, de Beauharnois-Salaberry et de Vaudreuil-Soulanges.

- 30 -

Source et renseignements :

Julie Létourneau, Responsable des communications
Tourisme Suroît, Tél : 450 377-7676 / 1-800-378-7648
jletourneau@tourisme-suroit.qc.ca