



Nos divisions

Tourisme
Trois-Rivières



Aéroport
Trois-Rivières



COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

À l'abordage pour une saison exceptionnelle!

Trois-Rivières, le 16 mai 2013 – C'est avec beaucoup de fébrilité que l'équipe de Tourisme Trois-Rivières a lancé ce matin à bord du bateau le Coudrier sa saison touristique 2013, qui s'annonce déjà très prometteuse.

« Avec des nouveautés de haut calibre comme le Coudrier, la présentation de Québec Issime à la salle J.-Antonio-Thompson, l'exposition La Petite Vie au Musée québécois de culture populaire, l'arrivée des Aigles de la ligue de baseball Can-Am ainsi que la nouvelle exposition Générations à Boréal, tous les ingrédients sont réunis pour que la saison touristique 2013 soit exceptionnelle », affirme le maire de Trois-Rivières, Yves Lévesque. Sans oublier la saison de course de chevaux à l'hippodrome ainsi que les nouveaux produits en tourisme culturel d'expérience!

Soutenu par plus de 180 partenaires touristiques également gonflés à bloc, Tourisme Trois-Rivières a orchestré une grande campagne de promotion axée principalement sur les marchés de Montréal et Québec et positionnant encore cette année Trois-Rivières comme une destination « TRès week-end ».

Tourisme Trois-Rivières diffusera entre autres une nouvelle version de sa publicité télévisée de 30 secondes durant quatre semaines en juin et juillet, en plus d'être présent sur les ondes d'une radio montréalaise durant six semaines en compagnie de trois partenaires touristiques, soit Boréal, le Musée québécois de culture populaire et le Salon de jeux de Trois-Rivières.

Il frappera également un grand coup dans la métropole en tapissant un long couloir du 1000, de la Gauchetière, d'affiches présentant Trois-Rivières ainsi que quelques-uns de ses attraits et activités (Boréal, Musée québécois de culture populaire et Vielle

prison, Salon de jeux de Trois-Rivières, Sanctuaire Notre-Dame du Cap, Corporation de l'amphithéâtre et Festivoix).

Grande nouveauté en ligne d'ici les prochaines semaines : un site web revampé ainsi qu'une version mobile plus conviviale que jamais! Les internautes pourront également s'inscrire à un tout nouveau concours qui leur donnera la chance de gagner un week-end V.I.P. pour quatre personnes. Toutes ces initiatives web seront soutenues par une dynamique campagne axée sur les réseaux sociaux.

La brochure promotionnelle s'est également mise en mode séduction, avec un design plus ludique. Imprimée à 5000 copies, elle sera distribuée localement ainsi que dans des bureaux d'information touristique de Montréal et de Québec.

Par ailleurs, Trois-Rivières allongera encore cette année sa saison touristique avec les croisières internationales. Les passagers de la compagnie du Ponant seront des nôtres le 18 septembre alors qu'une escale du navire Seabourn Sojourn est prévue pour le 23 septembre prochain.

Chaque année, plus de 2,2 millions de personnes visitent Trois-Rivières, principalement des Québécois, d'où l'importance de cette vaste campagne de séduction. « L'industrie touristique génère chez nous plus de 168 millions \$ en retombées économiques ainsi que 3200 emplois directs et indirects », rappelle Réjean Hardy, président d'Innovation et Développement économique Trois-Rivières, dont Tourisme Trois-Rivières est une division.

Rappelons qu'à l'été 2012, le Bureau d'information touristique de la rue Notre-Dame Centre a accueilli quelque 16 500 visiteurs, une augmentation de 11,6 % par rapport à 2011.