

Saison hivernale 2017-2018

Bilan positif de l'industrie touristique lanauoise

Rawdon, le 24 avril 2018 — Tourisme Lanaudière dresse un bilan très positif de l'achalandage touristique des derniers mois chez ses membres et sur son territoire. Après un mois de décembre propice aux activités de nos marchés de Noël et un temps des Fêtes pluvieux, la saison hivernale s'est installée solidement et a perduré jusqu'en avril. Cette situation a permis de générer un achalandage accru des différentes clientèles visées par les nombreuses stratégies promotionnelles de Tourisme Lanaudière et de ses membres et partenaires.

Plusieurs indicateurs de performances, jumelés à une enquête à laquelle 90 entreprises touristiques ont répondu, nous permettent d'analyser les principales tendances liées à l'achalandage, de décembre 2017 à mars 2018. En voici les faits saillants :

- **L'achalandage moyen des 38 attraits touristiques sondés** était en croissance tous les mois (décembre à mars), mais plus particulièrement en février et mars.
- **L'achalandage moyen des 52 lieux d'hébergement sondés** était en croissance tous les mois, mais plus particulièrement en février.
- **Selon l'ISQ**, les taux d'occupation ont progressé en décembre 2017, mais ont légèrement diminué en janvier et février 2018, après une année 2017 record.
- **Tous les marchés visés ont connu une progression**; les marchés ayant le mieux performé sont les marchés de proximité (grand Montréal) et les marchés européens.
- **Les actions réalisées par Tourisme Lanaudière** dans le cadre de la stratégie promotionnelle hivernale ont généré des résultats pour la très grande majorité des répondants y ayant participé.
- Le **site Web principal de Tourisme Lanaudière** a connu une importante croissance de son achalandage (+ 60 %), atteignant 269 000 utilisateurs de décembre à mars 2018
- Le **site Web Paysdelamotoneige.com**, présentant l'offre des régions de Lanaudière et de la Mauricie, a généré, à lui seul, 102 000 sessions cet hiver.

Sur le plan publicitaire, Tourisme Lanaudière réalise différentes actions visant à rejoindre la clientèle hivernale : stratégies Web, campagne de notoriété à la télé mettant en vedette des faits insoupçonnés, campagne motoneige orientée sur plusieurs marchés (intra-Québec, Ontario, É.-U.) et promotion internationale via Québec Authentique, un concept promotionnel réalisé en collaboration avec Tourisme Mauricie.

Vous pouvez consulter l'analyse détaillée des résultats de saison hivernale au <https://lanaudiere.blob.core.windows.net/media/7367/bilan-fin-hiver-2017-18-vc.pdf>

— 30 —

Source :
Éliane Larouche
Coordonnatrice aux communications
Tourisme Lanaudière
450 834-2535/1 800 363-2788, poste 223
larouche@lanaudiere.ca

Information :
Denis Brochu, directeur général
Tourisme Lanaudière
450 834-2535/1 800 363-2788, poste 232
brochu@lanaudiere.ca

Tourisme Lanaudière est une association touristique régionale (ATR) reconnue par le gouvernement du Québec; elle est un organisme sans but lucratif regroupant près de 370 entreprises et organismes et son objectif est de faire croître l'économie de la région par le tourisme en y coordonnant l'accueil, le développement et la promotion touristiques.