

Bilan de la performance touristique estivale 2015 Une saison profitable pour les entreprises de la Chaudière-Appalaches

Lévis, 23 octobre 2015 – Tourisme Chaudière-Appalaches (TCA) dresse un bilan d’achalandage encore plus performant qu’en 2014. Année où nous avons également connu une forte hausse. Selon un sondage réalisé auprès des membres de l’association, entre le 1^{er} mai et le 15 septembre 2015, 60% des entreprises obtiennent un résultat d’achalandage en hausse par rapport à celui de l’an dernier. Seulement 16% des entreprises ont connu une baisse.

Le sondage confirme également que les dépenses de la clientèle sont en hausse ou identiques dans 54% des entreprises répondantes comparativement à celles comptabilisées en 2014. Autre constatation, la clientèle touristique de la région provient principalement de la région de Québec, de la Chaudière-Appalaches, de Montréal, du Centre-du-Québec et de l’Ontario.

Malgré une diminution de l’achalandage dans certains lieux d’accueil de la région, d’autres bureaux d’informations touristiques ont connu une augmentation de leur achalandage. À la Maison régionale du tourisme à Lévis, les activités accrues sur le site Internet www.chaudiereappalaches.com, sur les réseaux sociaux et les demandes d’information sont toujours en progression. Pour les mois d’avril à septembre inclusivement, le site Internet de TCA aura enregistré une hausse du nombre de visites de l’ordre de 23% dans son ensemble, avec 1 406 000 visites, par rapport à la même période en 2014. Le nombre de demandes de publications et d’informations par téléphone est également en hausse avec une augmentation de 16%. Au total, c’est plus de 8 800 demandes pour cette période. Nul doute que la priorisation et le développement des plateformes électroniques de Tourisme Chaudière-Appalaches s’accordent avec les tendances et les comportements d’une clientèle de plus en plus branchée sur le Web au niveau de l’inspiration et de la recherche d’activités touristiques.

Tourisme Chaudière-Appalaches est plus que satisfait de ce bilan de saison estivale. Bien que le beau temps se soit installé tardivement, l’achalandage touristique s’est prolongé jusqu’à l’Action de grâce : « Étant donné que le cœur de notre stratégie marketing est orienté vers le web, nous pouvons mieux adapter les placements et moduler les investissements pour pallier aux périodes plus tranquilles et miser sur des cibles plus précises lors des moments plus propices », explique Odile Turgeon, nouvelle directrice marketing de TCA. Encore une fois cette année, plusieurs membres ont pris part aux différentes campagnes promotionnelles. « En 2015, c’est plus de 85 entreprises de la

région qui ont participé financièrement aux campagnes promotionnelles de groupe présentées exclusivement sur Internet. Ces campagnes promotionnelles permettent un effet de levier incroyable, puisque les membres peuvent contribuer selon leurs moyens et jouissent d'une visibilité accrue auprès de clientèles cibles. », ajoute Mme Turgeon.

Sondage Baromètre touristique

Par ailleurs, un sondage effectué auprès de 2 047 répondants et réalisé en collaboration avec les Associations touristiques régionales et la Chaire de tourisme Transat révèle qu'à 98%, le séjour des visiteurs en Chaudière-Appalaches a rejoint ou dépassé leurs attentes. Ainsi, 90% des répondants recommanderaient la destination à des parents ou amis.

De plus, le sondage dévoile que la beauté des paysages, les intérêts personnels, les occasions de se ressourcer et de se reposer et les bons rapports qualité/prix sont les principaux facteurs d'influences dans le choix de la Chaudière-Appalaches comme destination.

Dans les points à améliorer, il reste encore du travail à effectuer pour l'accessibilité à des zones Wi-Fi et certains répondants ont dénoté le manque de diversité dans la restauration et l'hébergement.

[Consultez le sondage de la performance touristique de l'été 2015 réalisé par Tourisme Chaudière-Appalaches](#)

[Consultez le sondage du Baromètre touristique](#)

À propos de Tourisme Chaudière-Appalaches

Tourisme Chaudière-Appalaches est un organisme privé à but non lucratif et reconnu comme l'interlocuteur régional privilégié en matière de tourisme par Tourisme Québec. 550 entreprises et organismes sont membres. Il est maître d'œuvre de la concertation régionale, de l'accueil, de l'information, de la promotion et du développement touristique. Tourisme Chaudière-Appalaches entretient un partenariat avec ses membres lui permettant de guider l'industrie touristique dans le développement et le raffinement de l'offre régionale. Pour plus de renseignements, visitez le site www.chaudiereappalaches.com

La région touristique de la Chaudière-Appalaches en quelques chiffres

- Dépenses touristiques de 292 M\$ en 2013;
- 5 832 emplois directs et indirects grâce à l'industrie touristique.

Pour information : Sarah Moore
Conseillère en communication et relations publiques
Tél. : 418 831-4411, poste 240 ou 418 569-1705 (cell.)
Courriel : smoore@chaudiereappalaches.com
Site Internet : www.chaudiereappalaches.com