

Saison touristique estivale 2015
Destination Sherbrooke dresse un bilan fort positif

Sherbrooke, jeudi 29 octobre 2015 – Important pilier en matière de développement économique, l'industrie touristique génère à Sherbrooke des retombées économiques de près de 250 M\$ en créant près de 5 000 emplois. Cette année, grâce à des campagnes publicitaires bien ciblées, une offre de forfaits complète, de même qu'une conjoncture économique favorable, Destination Sherbrooke dresse un bilan fort positif de la saison estivale 2015.

Véritable indicateur d'achalandage dans la région sherbrookoise, le bureau d'information touristique a ainsi enregistré une hausse de 18 % des actes de renseignement (+ 1 495 actes) et de 19 % des personnes (+ 3 463 personnes) ayant visité le bureau entre le 1^{er} mai et le 30 septembre 2015.

« L'avènement d'attrait d'envergure dans la région tels que Foresta Lumina et le spectacle *Cow-Boys, de Willie à Dolly* ont certainement attiré davantage de visiteurs au bureau d'information touristique, souligne Lynn Blouin, directrice Accueil, Promotion, Tourisme d'affaires et sportif à Destination Sherbrooke, en soulignant que le circuit des murales demeure un produit en forte demande. Cet été, en raison de la conjoncture économique, nous avons aussi remarqué une augmentation des visiteurs en provenance des États-Unis et de l'Ontario », ajoute-t-elle en mentionnant que la complémentarité des produits touristiques sherbrookoises semble plaire aux visiteurs.

Au cours de la saison estivale 2015, Destination Sherbrooke a aussi initié une offre de forfaits en collaboration avec six partenaires hôteliers et quatre attrait, soit Foresta Lumina, le spectacle *Cow-Boys, de Willie à Dolly*, le spectacle *Le dîner de con* et la croisière Escapades Memphrémagog. Au total, 815 nuitées ont été générées par cette campagne de forfaitisation déployée essentiellement sur les marchés de Montréal et de la Rive-Sud.

Parallèlement, l'organisation a déployé une campagne de destination axée sur l'offre gourmande de Sherbrooke. Diffusée sur les ondes de ICI Radio-Canada, celle-ci a contribué au positionnement du tourisme gourmand identitaire, un axe de promotion qui sera également exploité cet automne avec la deuxième édition de Sherbrooke met la table.

« Nos efforts en matière de campagnes marketing, de communications et de réseaux sociaux portent leurs fruits et nous comptons poursuivre ces efforts en 2016 en insistant toujours sur la nature résolument urbaine et innovatrice de Sherbrooke », souligne Mme Blouin.

Selon les dernières données de l'Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement de l'Institut de la statistique du Québec pour les mois de juin, juillet et août, le taux d'occupation moyen des hôtels sherbrookoises se situe à 54,7 %, soit 1,7 % au-dessus de la moyenne régionale des Cantons-de-l'Est. Du côté du secteur du tourisme d'affaires et sportif, la tenue d'événements d'envergure tels que le congrès des chefs en sécurité incendie du Québec (1 000 participants), la Fédération du commerce

(400 participants), le Mouvement des Cursillos (800 participants), le salon de l'Association des représentants de l'industrie du sport du Québec (ARISQ), de même que le Repêchage et les Assises de la LHJMQ et le Championnat canadien de Baseball U18 ont également contribué à la bonne performance de l'industrie pour les mois de mai à septembre.

Greeters Sherbrooke : une expérience unique qui séduit les visiteurs

Lancé en première québécoise au mois d'avril 2015 par Destination Sherbrooke, le réseau Greeters Sherbrooke a effectué près de 60 sorties. Grâce à la mise en place de cette toute nouvelle activité, la ville s'est distinguée en offrant une activité qui s'inscrit dans la nouvelle vague du tourisme participatif. « On est littéralement dans une nouvelle façon de voyager. Les touristes veulent vivre le local, échanger avec la population locale et entrer au cœur de la vie des citoyens », conclut Lynn Blouin en rappelant que les balades sont offertes à l'année.

Organisme responsable de la promotion et du développement récréotouristique durable de la ville de Sherbrooke, Destination Sherbrooke contribue à mettre en place des conditions favorisant l'essor de l'industrie touristique.

-30-

Source :

Amélie Boissonneau
Coordonnatrice aux communications
Destination Sherbrooke
Tél. : 819 560-4280, poste 305
amelie.boissonneau@destinationsherbrooke.com