

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Bilan estival 2015 - Un été record pour Tourisme des Moulins!

Terrebonne, le 8 octobre 2015 - Tourisme des Moulins présente un bilan très positif de la saison estivale, allant du 1^{er} mai au 30 septembre 2015, alors que l'organisme connaît une hausse de 95 % de ses visites et pages vues sur son site Internet, une hausse de 101 % des visites sur son blogue et le concours estival en ligne le plus performant des dernières années. L'achalandage pour les deux lieux d'accueil est toutefois resté stable, avec une mince augmentation de 1%.

Augmentation de l'achalandage dans les lieux d'accueil

Du point de vue de l'achalandage au Bureau d'information touristique et au kiosque situé à l'entrée de l'Île-des-Moulins du 1^{er} mai au 30 septembre, on note une augmentation de 1 % des actes de renseignements passant de 3 852 actes à 3 891 en 2015. Toujours pour la même période, 96.1 % des actes de renseignement ont été donnés à des visiteurs provenant de la province du Québec, dont 15.1% provenaient de Montréal, 11 % de Laval, 9.9 % de la grande région de Lanaudière (excluant les résidents de la MRC Les Moulins), 9.5 % des Laurentides et 5.9 % de la Montérégie.

Près de 85% des demandes d'information portaient sur des activités et attraits de la MRC Les Moulins. De plus, les informations demandées portaient sur divers champs d'intérêt, dont 36,1 % sur la culture, 36 % sur les événements, 29 % sur le plein air, 23 % sur le vélo et 19 % sur les restaurants.

Selon un sondage maison de Tourisme des Moulins, de manière générale, les attraits sondés ont presque tous connus une légère augmentation de leur achalandage cet été.

Un doublé pour le site Internet

Plus d'un an après sa refonte, le site Internet de Tourisme des Moulins affiche d'excellents résultats et l'une des meilleures saisons estivales jamais connues, alors que les visites pour cette saison ont dépassé les visites annuelles de l'année 2014, qui s'élevaient à 128 297 visiteurs au 31 décembre 2014. Pour la période estivale seulement, ce sont 129 212 internautes qui ont navigué sur les pages du tourismedesmoulins.com à la recherche d'idées de sorties, comparativement à 66 163 visites en 2014, ce qui correspond à une hausse de 95 %. Le site Internet a reçu 172 530 visiteurs à ce jour, du jamais-vu pour Tourisme des Moulins. Il y a également une hausse importante de 95 % concernant les pages vues, passant de 175 340 en 2014 à 341 845 en 2015 en période estivale.

Notons qu'un travail d'optimisation du référencement a été fait vers la fin mars 2015 afin de palier la baisse de trafic qui sévissait depuis la refonte du site en 2014. Le trafic organique en provenance des moteurs de recherche a doublé en comparaison à la saison estivale dernière et affiche une hausse de 109,8 %. Le trafic direct est également en augmentation (94 %), signe que les campagnes radio et imprimées génèrent un bon achalandage. On note également une hausse marquée du trafic en provenance des plateformes sociales (311 %) et des sites référents (63 %).

Au niveau de la provenance intra-Québec, les dix premières sources de provenance des visiteurs, mis à part Terrebonne et Mascouche, sont : Laval, Montréal, Repentigny, Blainville, Joliette, Saint-Jérôme, Toronto, Québec, St-Eustache et Longueuil. Rappelons que le site Internet de Tourisme des Moulins est le point de convergence de toutes les actions de communication de l'organisme et qu'il permet de mesurer la performance des différentes actions de promotion.

Le blogue de Tourisme des Moulins double également son trafic

Les visites sur le blogue ont aussi doublé pour la période du 1^{er} mai au 30 septembre 2015 avec 3 200 visites en 2015 versus 1 590 visites en 2014, ce qui représente une augmentation de 101,26 %. Les pages vues sont également en augmentation de 73,38 % avec 4 298 pages vues en 2015 versus 2 479 en 2014. Au niveau des sources de trafic, c'est le trafic en provenance des réseaux sociaux qui a fait un bon de 354,81 % en 2015, alors que le trafic de recherche et les accès directs ont baissé légèrement.

Des partenariats et campagnes profitables

Tourisme des Moulins a encore une fois de plus travaillé en partenariat avec l'Île-des-Moulins pour sa campagne radio à Rythme FM et également dans le VOIR Montréal avec le Théâtre [acac]. De plus, plusieurs autres membres ont pu bénéficier d'une belle visibilité via les publi-reportages.

La vidéo touristique de Tourisme des Moulins s'est également fait voir cet été. Projetée pendant les mois de juillet et août sur 73 écrans de VIVA URBAIN dans Les Moulins, Blainville et l'Assomption, la vidéo a été passée 309 161 fois. De plus, la vidéo *Un patrimoine, mille activités* a été vue 18 080 fois via la campagne de visionnage de vidéos sur Facebook, atteignant 35 537 utilisateurs.

Le concours estival, appuyé par une campagne sur Facebook et un courriel promotionnel envoyé à 15 000 personnes, a connu lui aussi d'excellents résultats. En effet, le concours estival **2 séjours d'évasion dans Les Moulins à gagner!** a été de loin le plus performant depuis 2012, ayant permis d'abonner près de 1700 nouveaux membres en un seul été, portant le total d'abonnés à l'infolettre à près de 4000 personnes. Le concours qui proposait deux séjours dans la MRC a bénéficié de gracieusetés des membres suivants, qui ont obtenu, par la même occasion, une belle visibilité : Île-des-Moulins, Théâtre du Vieux-Terrebonne, Impéria Hôtel et Suites de Terrebonne, Golf Le Boisé, Broue et Délices et Hôtel Super 8 Lachenaie.

Faits saillants

Du 1^{er} mai au 30 septembre 2015

- Augmentation de 1 % des actes de renseignements dans les lieux d'accueil;
- Augmentation de 95 % des visites et pages vues sur le site Internet et une hausse de 109,8 % du trafic de recherche;
- Augmentation de 101,26 % des visites sur le blogue;
- La vidéo touristique a été vue 327 241 fois;
- Près de 1700 nouveaux abonnés à l'infolettre touristique.

À propos de Tourisme des Moulins

Tourisme des Moulins représente plus de 100 entreprises membres et a pour mission d'accueillir les visiteurs à son Bureau d'information touristique, de développer et de promouvoir les attraits et services touristiques de la MRC Les Moulins au bénéfice de la communauté et des partenaires d'affaires.

Située sur la Rive-Nord, au nord-est de la ville de Laval et de l'île de Montréal, la MRC Les Moulins forme l'extrémité sud de la région touristique de Lanaudière et comprend les villes de Terrebonne et Mascouche. La région Les Moulins est reconnue pour sa richesse patrimoniale et regorge d'activités culturelles et de plein air, unissant la nature à la vie urbaine.

- 30-

Source :

Annie Gingras

Coordonnatrice aux communications et marketing

Tourisme des Moulins

450 964-0681 | marketing@tourismedesmoulins.com