



COMMUNIQUÉ  
Diffusion immédiate

## **Shawinigan connaît une bonne saison touristique estivale.**

**Shawinigan, le vendredi 11 septembre 2015** – La saison touristique a été bonne à Shawinigan. En effet, plus des 2/3 des entreprises shawiniganaises sondées constatent une augmentation ou du moins une stabilité de leur clientèle. Bien que les touristes se soient fait attendre au début de l'été, le mois d'août s'est avéré au-dessus de la moyenne et a compensé la timidité du début de saison.

### **Une hausse générale de l'affluence touristique.**

La saison a été particulièrement bonne pour les hébergements (tous types confondus). On dénote tout de même une forte proportion de gens (près de 45%) qui décide de réserver un emplacement de camping lors d'un séjour avec nuitée. Les restaurateurs et les attraites ont également réussi à tirer leur épingle du jeu. L'affluence au centre-ville a inévitablement été réduite en raison des travaux de réaménagement, mais les dommages ont tout de même été limités. « Les forfaits spectacles Le monde est fou et Dragao, poussés par Tourisme Mauricie dans une grande campagne provinciale, auront certainement contribué à l'engouement des visiteurs pour notre ville. » affirme Valérie Lalbin, directrice générale de Tourisme Shawinigan. On doit bien sûr souligner l'attraction naturelle des visiteurs pour le Parc national de la Mauricie et pour nos microbrasseries qui, comme tous les ans, sont un motif de séjour de plusieurs visiteurs à Shawinigan.

Cela dit, dans le cas de Shawinigan, il est trop tôt pour tirer des conclusions finales puisqu'il reste encore plusieurs semaines avant de clôturer la saison touristique estivale 2015. D'importants événements tels le Festival Western, les Défis du Parc, le festival des couleurs et la coupe du Québec de vélo de montagne attirent chaque année des dizaines de milliers de visiteurs, tout comme nous savons que la météo peut aussi considérablement faire varier les statistiques.

### **De l'accueil touristique performant !**

En ce qui concerne spécifiquement l'accueil et l'information touristique géré par Tourisme Shawinigan, deux éléments principaux retiennent notre attention.

- L'équipe mobile INFO SHAWI a renseigné 20 % de plus de personnes qu'en 2014. On généralise en affirmant que 1 personne sur 3 croisée dans la rue a été renseignée cette année, contre 1 personne sur 4 en 2014. Cette augmentation s'explique facilement par la consolidation et l'affinement des techniques d'approche des employés. Rappelons que 2014 était une année pilote qui avait déjà connu un beau succès.
- Le nombre de personnes renseignées du côté du bureau touristique a lui aussi augmenté. En effet, ce sont 598 personnes de plus qu'en 2014 qui ont profité des services d'informations entre le 22

juin et le 31 août. L'affluence qui, au cours des dernières années, chutait annuellement de 10 à 15% a donc, cette année, progressé. Le fait de visiteurs plus nombreux, combiné à la proactivité des employés (qui lors des moments plus tranquilles n'hésitaient pas à sortir du bureau pour renseigner les gens directement dans la halte routière) expliquent cette tendance inhabituelle.

« La belle performance de Shawinigan en termes d'accueil et d'information touristique est due à la qualité du processus d'embauche et à la qualité des employés qui en découle. Leur passion pour Shawinigan, cumulée à leur professionnalisme et à une formation sur mesure a permis de renseigner un plus grand nombre de personnes et ce, avec une plus grande qualité. » précise Marie Malherbe, conseillère accueil et partenariat.

Cette année, on remarque une proportion grandissante des gens provenant de l'extérieur de la province. Certes, une grande majorité de nos visiteurs étaient des Québécois (84%), mais on observe quand même une statistique de 9.2% de gens en provenance de France. Rappelons que le récréotourisme et l'atteinte des résidents est toujours une cible de clientèles pour Tourisme Shawinigan. En ce sens, afin de continuer à informer les citoyens de Shawinigan sur les activités touristiques disponibles dans leur ville et les inciter à les consommer, le jeu questionnaire « Es-tu un vrai Shawiniganais? » (leur permettant de gagner des prix échangeables dans les établissements touristiques du territoire) fut de nouveau grandement apprécié par les résidents.

En terminant, le site Web de l'Office témoigne aussi de l'intérêt grandissant des visiteurs pour la destination avec une augmentation en 2015 de 129 % du nombre de session et de 125% du nombre de pages vues sur la période estivale, dont presque la moitié des utilisateurs qui naviguent sur leur tablette ou leur téléphone intelligent. Il est intéressant de mentionner que près de 2000 sessions ont été générées à partir des 2 bornes mobiles numériques d'information touristique.

Rappelons que l'Office de tourisme, foires et congrès de Shawinigan assume le mandat confié par la Ville d'agir comme guichet unique dans le soutien et le développement du récréotourisme, afin de participer activement au développement économique de Shawinigan et ce, en concertation avec les partenaires locaux et les intervenants du secteur.

- 30 -

Source : Andréanne Boisvert  
Communication et marketing  
Office de tourisme, foires et congrès de Shawinigan  
Téléphone : 819 537-7249 poste 23  
Courriel : [andreanne@tourismeshawinigan.com](mailto:andreanne@tourismeshawinigan.com)

Information : Valérie Lalbin  
Direction générale  
Office de tourisme, foires et congrès de Shawinigan  
Téléphone : 819 537-7249 poste 42  
Courriel : [valerie@tourismeshawinigan.com](mailto:valerie@tourismeshawinigan.com)