



**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**  
Pour diffusion immédiate

## **Un bilan positif pour la saison touristique estivale en Beauce**

**Sainte-Marie, le 10 novembre 2015** – L'industrie touristique en Beauce, comme partout au Québec, est un moteur économique important. Les plus récentes données compilées présentent un bilan positif pour la région de La Beauce, reflet d'une industrie dynamique.

### **Sondage auprès des entreprises touristiques**

Un sondage sur l'évaluation de la performance touristique a été effectué en septembre dernier par Tourisme Chaudière-Appalaches, en collaboration avec les services touristiques des CLD de La Nouvelle-Beauce, Robert-Cliche et du Conseil économique de Beauce (CEB). Sur les 80 formulaires reçus des entreprises touristiques de la Beauce, 50 % des répondants ont affirmé avoir connu une hausse de leur achalandage par rapport à l'an dernier et un peu plus de 20 % ont connu une similarité. Le quart des répondants ont soutenu que les dépenses de leur clientèle touristique étaient en hausse au cours de la saison estivale 2015 comparativement à 2014. Aussi, la plupart affirment avoir principalement accueilli des couples de baby-boomers et des familles, et la majorité des clientèles provenait des régions de Québec, Chaudière-Appalaches et Montréal.

### **Accueil et information touristique en Beauce**

Le Bureau d'information touristique de La Nouvelle-Beauce (BIT) a accueilli 3 721 visiteurs cet été, soit une augmentation de 22 % des visites pour la période estivale 2015 par rapport à la même période l'an dernier. Cela s'explique en partie par l'installation de la passerelle aérienne du Domaine Taschereau – Parc nature, qui permet maintenant l'accès au parc par l'entrée située derrière la Maison du tourisme.

### **Vers de nouveaux procédés...**

Nous sommes dans une ère de changements en matière d'accueil touristique. Alors que les lieux d'accueil touristique au Québec connaissent une diminution généralisée de leur achalandage, il y a une explosion d'applications mobiles et de moyens technologiques pour tout de même assurer un accueil de qualité.

Le service touristique du CEB a procédé à une actualisation de ses services d'accueil et d'information touristique dans la MRC de Beauce-Sartigan. Il s'agit du passage d'un service d'accueil touristique conventionnel à un type d'accueil mobile dans lequel des préposés livrent l'information touristique sur le territoire en visitant des lieux et des événements. Par ailleurs, une borne numérique fixe, située au Georgesville, a été installée et est devenue un Relais d'information touristique (RIT), puis une borne numérique mobile a été déplacée en fonction des foules. Deux préposées ont ainsi livré de l'information touristique sur le terrain majoritairement les samedis et dimanches pour l'équivalent de 27 jours au cours de la saison estivale, ce qui équivaut à environ 180 heures d'information touristique.

Une autre nouveauté en vigueur depuis l'été 2015 est la possibilité de clavarder en ligne avec des préposés à l'information touristique. Au cours des mois de juillet et août, une trentaine de

demandes d'information ont été répondues en ligne. Les demandes sont très variées et la provenance des gens également. Ce service a été opéré conjointement par l'équipe d'accueil touristique de La Nouvelle-Beauce et celle de Beauce-Sartigan.

### **Un marketing principalement web pour La Beauce**

L'importance du web dans la recherche d'information touristique n'est plus à démontrer. Le site [www.destinationbeauce.com](http://www.destinationbeauce.com) a reçu 513 818 visites entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 15 octobre 2015, soit une augmentation de 43 % par rapport à l'an dernier. Pour une seconde année consécutive, une campagne publicitaire majeure de l'ordre de 36 000 \$ exclusivement sur le web, en collaboration avec 13 entreprises touristiques, Promotion Beauce et Tourisme Chaudière-Appalaches, a donné une visibilité provinciale à La Beauce.

L'industrie touristique beauceronne est dynamique et il y a un effet de levier lorsque les gestionnaires d'entreprise touristique se mobilisent autour de campagnes promotionnelles communes. De plus, ils sont sensibilisés à l'importance de l'accueil touristique, ce qui permet la rétention des visiteurs et contribue à la renommée des Beaucerons.

– 30 –

#### **Source :**

Josiane Simard

Agente de développement touristique | CLD de La Nouvelle-Beauce

418 386-1608 #302

Karen Courtemanche

Agente de développement touristique | Tourisme Beauce-Sartigan

418 227-4642