

UNE SAISON ESTIVALE EXCEPTIONNELLE POUR BORÉALIS

(Trois-Rivières, 8 septembre 2015) – Boréal, Centre d'histoire de l'industrie papetière, est fier d'annoncer un bilan record pour la saison estivale 2015. Les mois de juillet et d'août ont généré à eux seuls 18 542 entrées, ce qui représente une hausse d'achalandage de 20 % en juillet et de 25 % en août, comparativement à l'an dernier.

2015 EN CHIFFRES

Le bilan de la saison estivale est très positif pour Boréal. Selon un sondage mené auprès de la clientèle, 93 % des visiteurs se disent très satisfaits de leur visite au musée, notamment en raison de la qualité de l'animation, du dynamisme du personnel et de la beauté du lieu. Boréal fait d'ailleurs partie des raisons principales de séjours à Trois-Rivières chez 65 % des répondants. Boréal était LA raison principale du déplacement à Trois-Rivières d'une personne sur cinq.

Parmi les touristes accueillis au musée, 31 % proviennent de l'extérieur du pays, dont la Guadeloupe, l'Algérie, la Hollande, la France, la Suisse, la Belgique et les États-Unis. La moyenne régionale pour ce type de clientèle étant de 8 %, on peut d'emblée affirmer que Boréal est une figure de proue pour la région. À cette clientèle internationale s'ajoutent 9 % de touristes qui proviennent de la région de Montréal, 12 % de la région de Québec et 35 % des autres régions du Québec.

Fait à souligner, en date d'aujourd'hui, nous avons dépassé l'achalandage annuel de l'année 2013, qui était de 30 426 visiteurs. Avec ses 31 704 visiteurs jusqu'à présent, le musée prévoit accueillir, si la tendance se maintient, plus de 42 000 visiteurs pour l'année 2015.

NOS FACTEURS DE SUCCÈS

Plusieurs facteurs sont attribuables au succès de l'année 2015, dont la programmation estivale. Celle-ci a su attirer les Trifluviens avec ses 14 activités affichant complet, de même que ses 4 supplémentaires. Nouveauté de la programmation estivale, Premier « shift » a retenu l'attention. Le parcours, qui en était à sa première saison, a reçu de nombreux commentaires positifs. Premier « shift », qui permet aux visiteurs de redécouvrir Boréal autrement, sera maintenant offert à l'année.

L'ouverture de l'Amphithéâtre Cogeco a également permis un plus grand achalandage sur Trois-Rivières sur Saint-Laurent, permettant à certains de découvrir le musée. Les soirs de spectacle ont d'ailleurs été des *must* au Bistro aux confluents, le restaurant du musée.

La campagne estivale de Boréal a aussi permis au musée de se positionner sur différents médias, tels que la radio, la télévision et les affiches extérieures. Les forfaits touristiques proposés par Tourisme Mauricie ont connu une augmentation spectaculaire. Cette année, en plus de collaborer avec les hôteliers de Trois-Rivières, Boréal a ajouté à ses partenaires des établissements de Shawinigan et de Nicolet, ce qui lui a permis de se démarquer davantage dans la région.

UN RAYONNEMENT NATIONAL

La directrice de Boréalis est invitée au prochain congrès de la Société des musées du Québec, qui aura lieu du 29 septembre au 1^{er} octobre à Lévis, afin de présenter une conférence sur la notion « d'expérience au musée », aux côtés des professionnels du Jardin botanique de Montréal et du Musée international de la Croix-Rouge de Suisse. Madame Bourgeois présentera le Passage 5S et le parcours urbain Premier « shift », deux projets exemplaires qui illustrent bien l'expérience émotionnelle et sensorielle au musée.

-30-

Source : **Valérie Bourgeois**
Directrice
819 372-4641, poste 1633
vbourgeois@v3r.net

Lieu géré par



CORPORATION
DE DÉVELOPPEMENT
CULTUREL
DE TROIS-RIVIÈRES

& Surprendre
ENRICHIR

