

Une bonne saison hivernale pour la Gaspésie !

Mont-Joli, 25 avril 2018 – Selon les indicateurs de performance, le bilan de la saison touristique hivernale est très positif. En effet la grande quantité de neige reçue cet hiver a permis à nos entreprises de connaître des augmentations de fréquentation.

La motoneige est en augmentation malgré une légère diminution des visiteurs américains. La clientèle du Québec quant à elle, était en forte progression ce qui est venu largement compenser.

Pour les adeptes de ski, autant dans le parc national de la Gaspésie que dans les centres de ski alpin ou pour le hors-piste, la saison a été satisfaisante et très motivante pour toutes les entreprises puisqu'elle a été particulièrement longue avec l'arrivée du printemps plus tard qu'à l'habitude.

Selon madame Joëlle Ross, directrice générale à Tourisme Gaspésie : « Nous sommes très heureux de la saison hivernale qui se termine. Nous constatons que les Québécois et les gens d'ailleurs sont de plus en plus nombreux à profiter de la région l'hiver et nos campagnes promotionnelles porte fruits ».

En effet, de décembre à mars, c'est plus de 100 000 \$ que Tourisme Gaspésie a investis pour développer la notoriété de la destination hiver. Cette campagne assurait une présence en continue sur l'ensemble de nos médias et avait pour objectif de faire connaître la panoplie d'activités à faire tout en véhiculant une image jeune, dynamique et accessible de la Gaspésie en hiver. Le plan média comprenait notamment plus de 12 millions d'impressions sur des sites Web ciblés en fonction des clientèles ainsi que des placements dans les magazines spécialisés, à la télévision et sur les réseaux sociaux. Les résultats sont probants alors que l'évaluation de la performance de nos plateformes révèle une augmentation des visites de 5 % sur le site Web et de 51 % sur le blogue.

Le Québec maritime a également participé à la promotion de la Gaspésie sur les marchés de l'Ontario, des provinces maritimes et des États-Unis en plus de participer aux promotions de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec pour une campagne Europe francophone. Des investissements ont par ailleurs été effectués pour promouvoir les sports de glisse dans les Chic-Chocs, en collaboration avec Tourisme Gaspésie, la Sépaq et l'auberge Chic-Chac. Ces investissements nous ont permis de recevoir influenceurs et médias spécialisés en plus de faire de la publicité sur les réseaux sociaux auprès des cibles d'intérêt.

Tourisme Gaspésie travaille activement au déploiement de sa campagne estivale et invite tous les membres à venir participer au lancement de la saison estivale au Site historique national du Banc-de-Pêche-de-Paspébiac le 25 mai prochain. Ce sera l'occasion de rencontrer les partenaires de l'industrie et aussi, d'en apprendre davantage sur la promotion pour l'été. C'est un rendez-vous à ne pas manquer ! Pour vous inscrire : lancement-gaspesie.com

À propos de Tourisme Gaspésie

Fondée par et pour les entreprises touristiques, Tourisme Gaspésie est fière de promouvoir, avec ses 700 membres, la destination Gaspésie depuis maintenant 40 ans. Merci!

-30-

Source : Christine St-Pierre
Responsable des communications
418 775-2223 poste 228

Pour information : Joëlle Ross, directrice générale
418 775-2223 poste 221