

Gaspésie : un début de saison touristique prometteur

Pour diffusion immédiate

Mont-Joli, 14 août 2019 - Alors que les vacances de la construction se terminent, Tourisme Gaspésie (TG) dresse un bilan positif de l'achalandage touristique pour les premiers mois de l'été. La saison semble s'allonger alors que les vacanciers étaient au rendez-vous dès le début juin. De plus, les vacances de la construction ont amené leur lot de voyageurs et le mois d'août s'annonce très positif.

Indicateurs de performance :

- **Attraits et activités** : Dès le début juin, plusieurs attraits ont remarqué que l'achalandage était au rendez-vous. On constate d'ailleurs des hausses pour les mois de juin et de juillet, et ce, autant pour les activités intérieures qu'extérieures.
- **Festivals et événements** : La Fête du Bois Flotté à Sainte-Anne-des-Monts a observé un engouement inégalé cette année, tout comme le Festival en chanson de Petite-Vallée qui a battu tous les records avec une augmentation de 38 % des ventes en billetterie. Le Festival Musique du Bout du Monde a attiré les foules, tout comme le Festi-Plage de Cap-d'Espoir, particulièrement avec la soirée du mercredi qui a battu des records d'achalandage.
- **Hébergement** : L'achalandage était au rendez-vous plus tôt en juillet cette année et les vacances de la construction ont été une réussite. On sent un engouement pour le camping, alors que même les places en tente se font rares à la dernière minute. Les réservations sont également au rendez-vous pour le mois d'août.
- **Réseau d'accueil et d'information touristique** : On note une baisse de l'achalandage dans la majorité des lieux d'accueil de la Gaspésie. Parmi les facteurs expliquant cette diminution, on remarque les changements de comportement des voyageurs qui utilisent de plus en plus les technologies à leur disposition. Le Rallye Tour de la Gaspésie, la nouvelle activité destinée aux familles, fait le bonheur des petits (et grands!) enfants.
- **Plateformes de Tourisme Gaspésie** : Les plateformes de TG ont connu une augmentation de fréquentation en juillet, mais surtout, elles attirent de plus en plus de visiteurs qualifiés. En effet, on note une augmentation considérable du temps passé sur le site Internet tourisme-gaspesie.com ainsi que du nombre de pages visitées.

Selon madame Joëlle Ross, directrice générale de TG : « La Gaspésie bat des records d'achalandage depuis les 3 dernières années. Il est indéniable que la performance de la région se stabilisera éventuellement. Ce qui est intéressant avec les informations qu'on a présentement, c'est que les voyageurs semblent avoir été au rendez-vous plus tôt dans l'été. TG mise sur cet étalement de la saison pour augmenter la performance de la destination tout en respectant la capacité d'accueil de la Gaspésie ».

Un contexte favorable

En juin dernier, le Sondage CAA-Québec révélait que près de 6 vacanciers sur 10 avaient l'intention de voyager au Québec cette année, la Gaspésie figurant dans le top 3 des régions ciblées. Une bonne nouvelle pour la destination alors que 80 % des touristes sont en provenance du Québec. Notons également le contexte économique, le taux de change américain ainsi que la belle température.

Une campagne proportionnelle mobilisatrice

Afin de souligner le 90^e anniversaire du parachèvement de la route ceinturant la Gaspésie, TG a mis le *Tour de la Gaspésie* au cœur de sa campagne 2019. Une nouvelle image de marque ainsi que le slogan « Viens faire ton Tour » ont été développés pour l'occasion. Les placements Web et télé, l'affichage routier de même que le contenu développé pour les magazines spécialisés et les médias sociaux performant très bien. Suivant les relations de presse, plusieurs articles et contenus ont vu le jour. De plus, comme le souligne madame Stéphanie Thibaud, directrice marketing de TG : « Le plus intéressant, c'est de voir les entreprises gaspésiennes s'approprier le message sur les réseaux sociaux et mettre sur pied des projets comme la collection d'autocollants à bagages dans les hôtels 4 étoiles ou le *Tour chocolaté de la Matapédia*. On voit alors comment le *Tour de la Gaspésie* est un élément rassembleur qui peut mobiliser l'ensemble de l'industrie autour d'un message commun qui permettra d'augmenter l'écho de la destination ». Depuis février, c'est plus de 600 000 \$ qui sont investis pour la promotion de la destination sur le marché québécois.

Le Québec maritime

La Gaspésie est également au cœur de toutes les promotions réalisées par Le Québec maritime qui investit 2 M \$ par année sur les marchés hors Québec dans le cadre d'une stratégie qui s'adresse tant aux médias, qu'aux voyageurs et aux voyageurs directement.

La saison est loin d'être terminée alors que selon CAA-Québec, 42 % des Québécois voyagent après les vacances de la construction. Plusieurs événements sont encore à venir et TG continue d'assurer une présence sur l'ensemble de ses points de contact et se tourne tranquillement vers l'automne. Une campagne de promotion axée sur la randonnée, l'observation des animaux et le quad sera déployée de la fin août à la mi-septembre pour inciter les Québécois à profiter des belles journées de septembre en Gaspésie.

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. Sa mission est de positionner la Gaspésie comme une destination touristique d'envergure afin d'assurer à l'industrie un essor économique rayonnant sur toute la région.

-30-

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

Source : Joëlle Ross,
Directrice générale
418 775-2223 poste 221