

Communiqué

Pour diffusion immédiate

Une croissance touristique soutenue dans Lanaudière

Rawdon, le 22 octobre 2018 – La croissance de l'industrie touristique de Lanaudière s'est poursuivie encore cet été. Plusieurs indicateurs de performance, jumelés à une enquête à laquelle une centaine d'entreprises touristiques ont répondu, nous permettent de confirmer que l'industrie touristique se porte bien et qu'elle génère des retombées économiques de plus en plus importantes, notamment grâce aux différents partenariats promotionnels réalisés par Tourisme Lanaudière et ses membres.

Quelques faits saillants :

- **87 % des attraits touristiques étaient stables ou en hausse** cet été (83 % à l'été 2017)
- **86 % des lieux d'hébergement étaient stables ou en hausse** cet été (78 % en 2017)
- Pour la deuxième année consécutive, les **taux d'occupation moyens** pour les mois de juillet (50,7 %) et août (56,6 %) ont été supérieurs à 50 %
- Les marchés de proximité (**grand Montréal**) ont généré les **plus importantes croissances cet été**
- Les clientèles **européennes** et de la **région de Québec** sont les deux autres marchés ayant généré **les plus importantes progressions** à l'été 2018
- **L'achalandage Web a connu une croissance marquée de 34 %** cet été, générant 1 633 927 pages vues et 156 000 redirections vers les sites Internet des entreprises touristiques membres
- **Augmentation marquée des commandes de brochures** par téléphone et par courriel (+102 %)
- **Résultats supérieurs à tous les mois pour les entreprises ayant participé aux actions promotionnelles estivales de Tourisme Lanaudière**, comparativement à celles n'ayant pas participé à ces actions.

Un parc d'hébergement en évolution et de plus en plus diversifié

Le secteur de l'hôtellerie présente une très bonne performance avec un taux d'occupation à la hausse. On constate cependant que c'est la location de chalets et l'hébergement d'expérience qui vole la vedette dans la région de Lanaudière depuis quelques années. En effet, le nombre d'unités de résidences de tourisme (chalets et condos) a connu une croissance phénoménale de 49 % entre 2014 à 2018 et compte aujourd'hui 521 unités d'hébergement accréditées auxquelles on peut additionner plusieurs centaines de chalets en pourvoiries ainsi qu'un nombre croissant de lieux d'hébergement d'expérience généralement classifiés « prêt à camper » malgré le confort et la qualité d'expérience qu'ils présentent. Fait à noter, 94 % des résidences de tourisme ont connu des hausses d'achalandage (64 %) ou étaient stables (30 %) cet été et 30 % étaient stables. Seulement 6 % signalaient une baisse.

La vie de chalet, le séjour dans une auberge forestière et la recherche d'une expérience d'hébergement distinctive collent de mieux en mieux à l'image de marque de la région de Lanaudière, axée sur l'authenticité; la clientèle répond positivement à cette offre en croissance.

Des attraits et événements touristiques qui performent

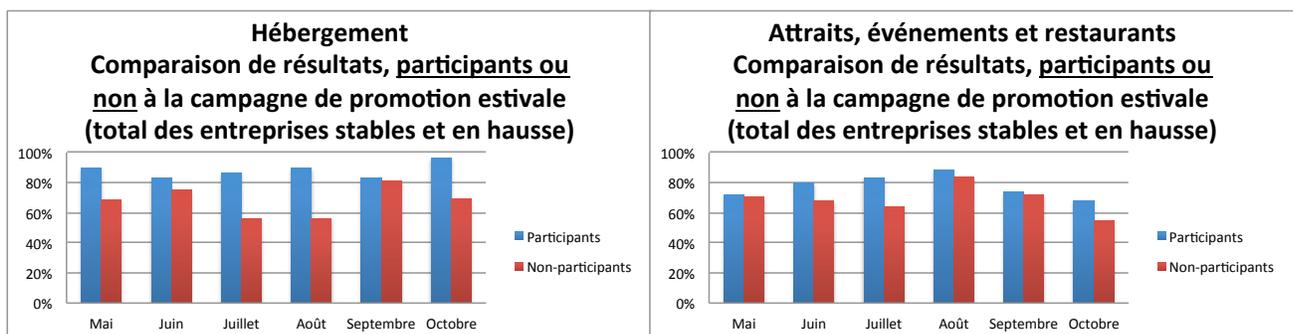
Toutes les catégories d'attrait et événements touristiques présentent un bilan positif à l'été 2018. Théâtres, tourisme gourmand, détente, musées, festivals et événements présentent généralement des bilans positifs alors que seulement 13 % des entreprises signalent des baisses d'achalandage. Bien entendu, les attraits touristiques offrant des activités de plein air ont très bien performé, notamment les parcs et réserves fauniques, les plages, le golf, la randonnée pédestre. Plus difficile à mesurer, le vélo semble aussi avoir connu des hausses et fortes hausses de fréquentation en juillet et août. Notons que Tourisme Lanaudière dispose depuis mai 2018 d'une section dédiée aux circuits et pistes cyclables sur son site web afin de répondre à cette clientèle en croissance.

Une campagne de promotion estivale qui génère des résultats

Toutes catégories confondues (attrait, événements, restaurants et lieux d'hébergement), les entreprises ayant participé aux actions promotionnelles estivales de Tourisme Lanaudière ont systématiquement mieux performé que celles n'ayant pas participé à ces actions. Ce constat est applicable à chacun des mois, de mai à octobre.

Les investissements promotionnels regroupés de Tourisme Lanaudière et de ses membres à la campagne estivale visant le tourisme d'agrément sont estimés à 300 000 \$, et ce, sans compter la stratégie de notoriété et les actions thématiques visant des expériences plus ciblées (Goûtez Lanaudière, chemin du Roy, pourvoiries, etc.). Au total, les investissements promotionnels directs dirigés vers les différents marchés en saison estivale sont de l'ordre de 600 000 \$.

L'impact des actions de Tourisme Lanaudière est parfois difficile à mesurer pour les entrepreneurs. Cette donnée vient confirmer la pertinence des investissements regroupés.



Vous pouvez consulter les résultats du sondage de fin de saison été 2018 et l'analyse complète en cliquant [ici](#)

