

## **2019, une importante année de développement pour l'avenir de l'industrie touristique du Haut-Richelieu**

**Saint-Jean-sur-Richelieu, 18 juin 2020** – Tourisme Haut-Richelieu tenait son assemblée générale annuelle, hier le 17 juin en après-midi. Une trentaine de participants étaient présents pour rencontrer les 12 membres du conseil d'administration, recevoir le rapport annuel ainsi que prendre connaissance des grandes actions prévues pour 2020, le tout bien sûr, en vidéoconférence. Un poste est ouvert et reste à combler, soit celui de représentant(e) « Attrait majeur et développement ».

**Une année de développement** – La région a besoin de produits d'appels et d'attraits majeurs pour se différencier et attirer davantage de touristes. En 2019, on dénombrait plus de 10 projets en développement qui verront le jour dans les prochaines années et ainsi participeront à la structuration de l'offre touristique de la région : la série Web *C'est de l'histoire ancienne* (2020), Alo Richelieu (2021), le circuit cyclable Montréal-Sherbrooke (2021), le circuit agrotouristique international (2021), pour n'en nommer que quelques-uns.

Tourisme Haut-Richelieu collabore avec le milieu afin de soulever et soutenir toutes les opportunités de développement. L'équipe accompagne les promoteurs et municipalités dans le développement de leur projet et dans leur recherche d'aide financière. En 2019, c'est plus de 2,6 M\$ en aides financières qui ont été confirmées pour ces différents projets (totalisant plus de 6 M\$ d'investissement). Les années qui s'en viennent promettent de nouveaux attraits pour la région et Tourisme Haut-Richelieu poursuit son démarchage pour trouver des attraits majeurs structurants ainsi que pour la saison hivernale.

**Une campagne promotionnelle de plus de 100 000 \$** – L'offre régionale s'agrandit! Tourisme Haut-Richelieu a fait la promotion de 147 entreprises en 2019 comparativement à 120 en 2018, ce qui représente une augmentation de 22 %. L'année a débuté avec une toute nouvelle signature : **Haut-Richelieu, hautement festif**. L'événementiel est un créneau important dans le Haut-Richelieu et fût le centre d'intérêt en 2019.

Il est toujours difficile d'estimer le nombre exact de visiteurs, mais si on sait que la Montérégie a accueilli 10,8 M de visiteurs en 2019, et que le Haut-Richelieu représente environ 20 % de l'offre, on peut estimer avoir accueilli au minimum 1,5 millions de visiteurs. Les statistiques des retombées promotionnelles indiquent aussi une augmentation importante de l'intérêt pour la région. Le nombre de visiteurs sur le site Web a augmenté de **33 %** depuis 2018 pour un total de **60 000 visites** en 2019.

Pour assurer le rayonnement de la région, plusieurs campagnes ont vu le jour :

- campagnes de webmarketing axées sur les événements estivaux et hivernaux (838 000 vues) : + 24 % (2019-2018);
- réseaux sociaux et site Web actifs plus que jamais (Facebook +10 %, infolettre +42 %, site Web +33 %);
- accueil d'influenceurs et de blogueurs, création de blogues vidéo, etc.;
- carte touristique réinventée et écoresponsable (75 000 exemplaires distribués nationalement);
- calendrier des événements et dépliants promotionnels des attraits hivernaux distribués dans toute la région;
- campagne de visibilité sur le réseau de transport et d'affichage urbain;
- collaboration avec Ici Médias pour la rédaction des cahiers spéciaux (Canada Français et Le Richelieu) ;
- campagnes promotionnelles avec Tourisme Montérégie, le Circuit du paysan, le Nautiguide, etc.;
- distribution de la carte du lac Champlain au Canada et États-Unis.

## Une augmentation de l'achalandage et du chiffre d'affaires pour la majorité

Quelques faits saillants :

- les attraits plein air ont accueilli (en moyenne) 20 % plus de visiteurs qu'en 2018;
- le taux d'occupation de l'hébergement touristique (villégiature) a connu une hausse de **10 %** en 2019;
- les événements du Haut-Richelieu ont attiré plus de **528 829 participants**, soit une augmentation de **4%** comparativement à 2018 et **18 %** par rapport à 2017;

**Une clientèle d'excursionnistes** – On sait qu'en Montérégie, 75 % des visiteurs sont des excursionnistes. Les visiteurs du bureau d'information touristique de Saint-Jean-sur-Richelieu, qui viennent principalement de la Montérégie, de Montréal, mais aussi de partout au Québec, des États-Unis et de France, s'intéressent davantage au cyclotourisme, aux attraits, au plein air ainsi qu'aux événements de la région. Sur le site Web, on voit que 30 % des visiteurs sont du Haut-Richelieu, 19 % d'ailleurs en Montérégie, 30 % de Montréal et Laval, 9 % des Cantons-de-l'Est (Granby), et le reste de l'Ontario (7 %) et des autres régions du Québec (5 %).

**Une équipe active sur le terrain** – C'est plus de 60 jours de présence sur le terrain :

- lancement de la saison estivale à Trinity Church en présence de la ministre du Tourisme, Mme Caroline Proulx;
- kiosque à l'International de montgolfières (9 jours) et dans plusieurs autres événements locaux;
- allée gourmande de la Boom de l'été en partenariat avec la CCIHR;
- participation à plus de 14 salons et congrès (35 jours) pour représenter la région;
- tournée de familiarisation avec une vingtaine de voyageurs japonais, chinois et québécois invités à découvrir la région en collaboration avec la municipalité de Saint-Valentin et Tourisme Montérégie;
- sommet du tourisme du Haut-Richelieu à la Corporation du Fort Saint-Jean;
- coorganisation du cocktail de Noël des organismes festifs (en décembre) avec plus d'une centaine de partenaires;
- présence dans plusieurs activités de réseautage, comités et conseils d'administration.

**Prêt pour affronter la relance touristique** – Ces efforts de concertation, de développement et de promotion serviront certainement à accélérer la relance touristique de la région à la suite du ralentissement provoqué par la Covid-19 que nous vivons actuellement, ajoute Mme Isabelle Charlebois, directrice générale.

M. Jacques Landy, président de Tourisme Haut-Richelieu remercie les membres du conseil d'administration et l'équipe de Tourisme Haut-Richelieu, ainsi que les partenaires touristiques et économiques du milieu, pour leur grand dévouement et pour leur implication. Il ne peut passer sous silence l'important apport de la MRC du Haut-Richelieu qui permet le développement et le rayonnement de la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu et de ses 13 municipalités.

*Tourisme Haut-Richelieu est un organisme à but non lucratif qui a pour mission de faire rayonner la région du Haut-Richelieu, d'établir une synergie entre les différents intervenants touristiques, de promouvoir le développement touristique et de favoriser la visibilité de la région dans le but de présenter le Haut-Richelieu comme une destination incontournable.*

- 30-

Pour renseignement :

Isabelle Charlebois, directrice générale, Tourisme Haut-Richelieu

charleboisi@tourismehautrichelieu.ca | c. 514 293-8665