



COMMUNIQUÉ
Pour diffusion immédiate



CENTRE LOCAL
DE DÉVELOPPEMENT
ROUYN-NORANDA

BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE ESTIVALE : Positif à tous les égards

Rouyn-Noranda, le 19 septembre 2018 — Le Centre local de développement Rouyn-Noranda (CLD RN) dresse un bilan positif de la saison touristique estivale. Entre le 19 juin et le 4 septembre 2018, le nombre de visiteurs qui ont profité des services du Bureau d'information touristique de Rouyn-Noranda a augmenté de 5 %, comparativement à l'année précédente. La plupart des sites, attractions et événements de Rouyn-Noranda ont eux aussi enregistré une hausse de leur achalandage pendant la saison touristique cet été.

La grande majorité de notre clientèle provenait de l'ensemble du Québec, mais plus particulièrement de l'Abitibi-Témiscamingue, de Montréal, des Laurentides et de la Montérégie.

Provenance de la clientèle



- Abitibi-Témiscamingue ■ Montréal
- Laurentides ■ Montérégie

Nous avons aussi noté une nette augmentation des visiteurs provenant de la Baie-James, des Cantons-de-l'Est et du Centre-du-Québec. Quant aux visiteurs outremer, ils ont aussi été plus nombreux qu'en 2017. Nous avons enregistré une hausse de 42 % pour ces voyageurs, la majorité provenant de la France et de l'Allemagne.

130, rue Perreault Est
Rouyn-Noranda
(Québec) J9X 3C4

T. 819 762-0142
info@cldrn.ca

cldrn.ca

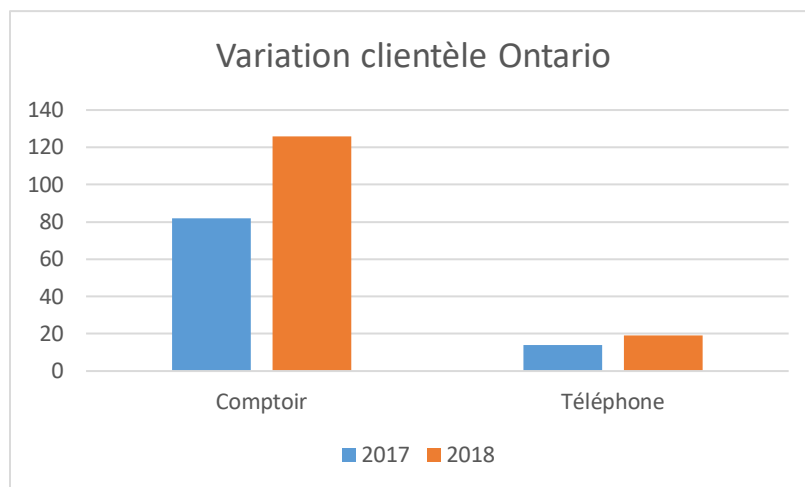
CARTE TOURISTIQUE DE ROUYN-NORANDA : UN NOUVEL OUTIL QUI A DÉJÀ FAIT SES PREUVES

Le CLD RN peut dire mission accomplie avec la métamorphose de l'outil d'accueil, autrefois sous forme de magazine, devenu en juin dernier une **carte touristique** colorée, illustrée et ludique. Ce nouvel outil a connu un vif succès autant auprès de la population, de la clientèle touristique que des intervenants du territoire.



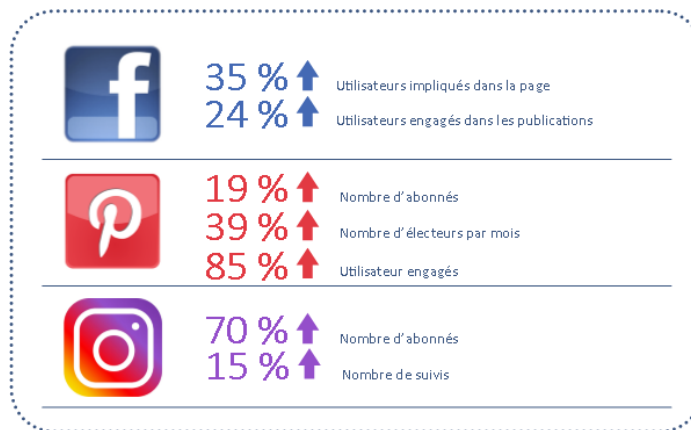
PERCÉE RÉUSSIE DANS LE MARCHÉ DE L'EST ONTARIEN

Pour l'été 2018, le CLD RN s'était fixé comme objectif de se tailler une place sur le marché du Nord-Est de l'Ontario. Pour ce faire, une importante distribution des nouvelles cartes touristiques de Rouyn-Noranda a été faite via les publisacs de villes telles que New Liskeard, Cochrane, Timmins et Kirkland Lake. Le pari a été gagné, car une augmentation de 54 % du nombre de visiteurs provenant de l'Ontario a été enregistrée au Bureau d'information touristique. Les demandes par téléphone ont elles aussi augmenté de façon considérable, soit 35 % de plus qu'en 2017.



QUOI FAIRE À ROUYN-NORANDA? WEB ET MÉDIAS SOCIAUX

La stratégie de mise en marché sur le Web et sur les médias sociaux, mise en place il y a quelques années, se poursuit et se bonifie via les différentes plateformes de Tourisme Rouyn-Noranda. L'action la plus marquée est sans contredit dans la section Quoi faire aujourd'hui? Cette stratégie porte fruit, car les gens sont de plus en plus nombreux à fréquenter notre site Web. Comparativement à l'année 2017, c'est 31 % de gens de plus qui ont visité le site Internet de Tourisme Rouyn-Noranda.



La visibilité sur les différentes plateformes de médias sociaux a également été accrue principalement sur Facebook, Instagram et Pinterest. Pour ce faire, les publications de Tourisme Rouyn-Noranda ont été plus nombreuses et plus constantes au cours de l'été. La page Facebook de Tourisme Rouyn-Noranda est celle qui a gagné le plus en visibilité avec une augmentation de 84 % de nouvelles mentions J'aime.

EN ATTENDANT LA SAISON HIVERNALE...

Les activités du Bureau d'information touristique se poursuivent, et ce, toute l'année. À noter que les heures d'ouverture varient en fonction de la période et qu'il est actuellement ouvert du lundi au vendredi de 8 h 30 à 16 h 30, et ce, jusqu'au 21 juin 2019.

Rappelons que le CLD RN est un organisme à but non lucratif qui a pour mission de susciter, sur le territoire de la ville de Rouyn-Noranda, le développement économique et la création d'emplois. Il a comme vision touristique de faire de Rouyn-Noranda une destination reconnue pour son dynamisme et pour son développement constant