



**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**  
Pour publication immédiate

## **Une performance touristique relativement stable pour la Montérégie cet été**

**Brossard, le 12 août 2011** – Les inondations historiques qui ont touché le secteur Haut-Richelieu de la Montérégie le printemps dernier sont derrière nous et, à la fin des traditionnelles vacances de la construction, l'heure est au bilan préliminaire de la mi-été en Montérégie. D'entrée de jeu, Tourisme Montérégie se dit assez satisfaite de la première partie de la saison estivale malgré un printemps et un mois de juin pluvieux.

De façon générale, l'industrie touristique de la Montérégie a connu jusqu'à maintenant une bonne saison estivale, malgré une très légère décroissance de sa performance par rapport à 2010. Par contre, l'activité touristique reste nettement supérieure à 2008 et à 2009, ce qui demeure encourageant pour le mois d'août qui viendra clôturer l'été 2011.

La région enregistre une croissance au niveau des nuitées dans son parc hôtelier en partie due aux victimes des inondations qui y ont temporairement trouvé refuge et à plusieurs nouveaux événements sur les marchés du tourisme d'affaires.

En ce qui concerne les marchés des excursionnistes, la région observe une légère augmentation dans presque tous les produits cibles, notamment le cyclotourisme, les escapades courts séjours ainsi que les événements de tous genres. La toute nouvelle Route des vins de la Montérégie a connu un départ canon auprès des visiteurs depuis son inauguration en juillet 2011.

Les activités intérieures (musées, centres d'interprétation, etc.) ont toutefois connu une légère baisse. La canicule de la mi-juillet a également limité la pratique de certaines activités de plein air notamment dans les parcs de la région. Quant aux demandes d'information touristique sont restées stables par rapport à 2010.

Selon Éric Fournier, directeur général de Tourisme Montérégie, les résultats de la région sont directement reliés à un bon marketing de niches et à des approches de mise en marché extrêmement pointues, ciblées et dynamiques. Malgré les inondations dans le secteur Haut-Richelieu, la compétition féroce entre les régions touristiques et la tendance des grandes villes à conserver leur population chez elles, Tourisme Montérégie est satisfaite de l'achalandage dans la région jusqu'à maintenant.

« Les marchés touristiques sont difficiles et il est de plus en plus ardu pour une entreprise de se démarquer. Les performances sont très variables dans chacun des secteurs d'activités touristiques et les entrepreneurs doivent constamment investir et se tenir à jour pour répondre aux besoins de plus en plus pointus des clientèles. Il est de plus en plus délicat de tirer des constats généraux tellement les approches et les

résultats sont spécifiques et dépendent du travail de chaque entrepreneur », a mentionné monsieur Fournier.

« À titre d'exemple, un produit spécifique comme les mariages permet à la région de consolider sa performance estivale en générant des centaines d'activités peu importe la température ou la conjonction économique », conclue Éric Fournier.

Tourisme Montérégie est une association touristique régionale et est un organisme privé à but non lucratif qui regroupe 385 entreprises. Elle a principalement pour mission le développement, la promotion, l'accueil et l'information touristiques de la Montérégie.

- 30 -

**Source :**

Tourisme Montérégie

François Trépanier

Service des communications

Tél. : 1 866 469-0069, poste 2228

[ftrepanier@tourisme-monteregie.qc.ca](mailto:ftrepanier@tourisme-monteregie.qc.ca)