

Embargo - 6 septembre 2011

COMMUNIQUÉ

Nouveau départ pour vivre l'expérience Charlevoix

La Malbaie, 6 septembre 2011 - Pour Tourisme Charlevoix et plusieurs de ses partenaires, l'arrivée en gare du Train du Massif de Charlevoix est un signal fort du nouveau virage qu'ont amorcé les leaders du tourisme régional vers un tourisme d'expérience.

Les études et travaux réalisés par Tourisme Charlevoix au cours des dernières années - soient les sondages auprès de membres et touristes, les études sur les résidences touristiques, les recherches sur les clientèles, les états généraux de 2010 et la réflexion sur l'image de marque - ne sont pas étrangers à cette volonté de communiquer aux visiteurs et à la population la même vision du développement régional et de l'économie touristique. Ces recherches indiquent un besoin de tabler sur les différentes caractéristiques de la région pour faire connaître aux visiteurs une véritable expérience de vie.

« Le voyageur d'aujourd'hui est en quête d'authenticité. Notre vision d'une destination touristique est celle d'un lieu de liberté, un lieu de rencontre entre les clientèles locales et touristiques, un véritable milieu de vie inclusif de l'offre touristique régionale », affirmait Daniel Gauthier, président du conseil d'administration du Groupe Le Massif, lors des États généraux du tourisme de Charlevoix.

De sa formation géologique inusitée à sa cuisine, de ses histoires populaires à la splendeur de ses paysages, de son label de Réserve mondiale de la Biosphère de l'UNESCO à ses traditions toujours vivantes, la destination Charlevoix doit et peut répondre aux besoins de tout voyageur en quête de sens.

La promesse du Groupe Le Massif n'est réalisable qu'en réunissant la région. Ainsi, l'offre du train touristique s'appuie sur des partenariats avec des entreprises agricoles, hôtelières, récréotouristiques, artistiques ainsi qu'avec les instances régionales.

Le directeur général du Casino de Charlevoix et vice-président du conseil d'administration de Tourisme Charlevoix partage cet avis: *« La complémentarité - plutôt*

que de la concurrence - doit émerger de la diversité de notre offre touristique. Comme nous avons tous besoin les uns des autres, nous devons nous unir autour d'une même toile fond pour communiquer l'expérience Charlevoix », renchérit M. François Tremblay.

Se donner les moyens d'être gagnants

Authenticité, unité et bénéfice-client composent la nouvelle locomotive désignée pour attirer les touristes et redonner confiance aux Charlevoisiens. « *La richesse de notre offre touristique ne nous laisse d'autre choix que de viser plusieurs publics avec une proposition clé-en-main à vivre Charlevoix. C'est ce qui nous démarquera des autres destinations touristiques », assure la nouvelle directrice générale de Tourisme Charlevoix, Sylvie Marquois Dandurand. Elle dit souhaiter une adhésion de tous les acteurs politiques et socioéconomiques à cet élan d'unité « pour que la région et chaque Charlevoisien soient enfin gagnants !»*

Pour mettre le concept de tourisme d'expérience sur les rails, les dirigeants de Tourisme Charlevoix favorisent, entre autres, les stratégies suivantes:

- encourager les rencontres entre touristes et résidents
- accroître la présence de la région sur le Web
- optimiser la signalisation touristique au-delà du périmètre immédiat des attraits

De plus, les actions de Tourisme Charlevoix sur les marchés étrangers et québécois seront encore plus en phase afin de véhiculer une même image forte de la région. « *C'est un plus pour les membres du Plan Marketing International, dit M. François Gariépy, délégué international de l'association. Ils seront encore plus identifiés à la région, et Charlevoix à l'excellence de leurs savoir-faire. »*

Le projet Massif de Charlevoix

Le Massif de Charlevoix est une destination récréotouristique qui se déploie sur trois pôles: la Montagne, la Ferme et le Train. Au-delà de la station de ski, la destination vise à offrir une foule d'expériences touristiques – de Québec à La Malbaie, en passant par Petite-Rivière-Saint-François et Baie-Saint-Paul – par l'entremise, entre autres, du train touristique et d'une offre diversifiée d'hébergement.

Le tourisme et la région de Charlevoix

Dans Charlevoix, le tourisme compte pour le tiers de l'économie et emploie à 25 % de la main-d'œuvre (4 215 sur 15 000 salariés). Plus de 900 000 touristes visitent la région et y dépensent plus de 160 M\$.

Prisée par la clientèle nantie du nord-est des États-Unis à la fin du 19^e et au début du 20^e siècles, Charlevoix reste indissociable des Bateaux blancs, ces croisières fluviales touristiques ayant contribué à sa renommée entre 1847 et 1965.

La destination a su élargir son offre touristique à plusieurs clientèles durant les années 1980 et 1990, notamment grâce à un réseau hôtelier accessible et de charme, à la multiplication de produits touristiques porteurs (Route des Saveurs, croisières aux baleines, etc.) et à l'établissement du Casino de Charlevoix.

Aujourd'hui encore, cette enclave née de l'impact d'une météorite, jouit de sa notoriété de lieu de naissance de la villégiature canadienne et de Réserve mondiale de la Biosphère de l'UNESCO.

Tourisme Charlevoix

Fondée en 1975, l'entreprise à but non lucratif Tourisme Charlevoix représente 553 membres, emploie 14 personnes à temps plein et est chargée de promouvoir la destination touristique, d'informer les touristes et de planifier des stratégies de développement. Pour ce faire, elle est très active auprès de différentes instances locales et de la Capitale-Nationale.

-30-

Source :

Nadège Célestin

Responsable communications et développement

(418) 665-4454, p. 237

nadega.celestin@tourisme-charlevoix.com