

Saison hivernale 2020 **Bas-Saint-Laurent : Lentement mais sûrement**

Rivière-du-Loup, le 14 février 2020 – Avec la dernière bonne bordée de neige que le Bas-Saint-Laurent a reçue, l’achalandage touristique de la présente saison hivernale continue de progresser malgré un début plus lent que l’an dernier. Les conditions des 1 800 kilomètres de sentiers de motoneige sont excellentes, les stations de ski connaissent une superbe saison et le parc national du Bic connaît une hausse d’achalandage depuis le début l’hiver.

MOTONEIGE

L’arrivée de la neige, à la fin novembre seulement, a forcé les bénévoles des clubs de motoneige de la région à redoubler d’ardeur pour finaliser la signalisation et le balisement des sentiers. Par contre, la saison de motoneige a réellement débuté à la fin janvier et grâce à l’excellent travail d’entretien par les clubs, les conditions de sentiers sont excellentes et l’achalandage touristique est au rendez-vous.

Pour une 2^e année, la campagne de valorisation des sentiers de motoneige est active. Rappelons que cette campagne est une collaboration entre l’Union des producteurs agricoles (UPA) Bas-Saint-Laurent, la Fédération des clubs de motoneigistes du Québec (FCMQ) – section Bas-Saint-Laurent et Tourisme Bas-Saint-Laurent. Son objectif est de sensibiliser les motoneigistes à demeurer sur les sentiers balisés et à respecter les droits de passage offerts gracieusement par les propriétaires fonciers.

CAMPAGNE MOTONEIGE

Avec des retombées économiques d’environ 22 M\$ annuellement, l’activité de la motoneige est le produit hivernal majeur du Bas-Saint-Laurent.

Avec un budget de campagne hivernale de 100 000 \$, le Bas-Saint-Laurent se présente comme « VOTRE destination motoneige 2020 ». Un message publicitaire télé a été diffusé en décembre et janvier, des campagnes et concours sur les stations de radio de Québec et du Centre du Québec sont présentement en ondes, des campagnes sur le Web et les médias sociaux sont diffusées en continu. Le Bas-Saint-Laurent s’est aussi joint à des promotions sur les marchés hors Québec, plus particulièrement l’Ontario, en partenariat avec le Québec maritime et l’Alliance de l’industrie touristique du Québec.

PARC NATIONAL DU BIC

Joyau de la nature été comme hiver, le parc connaît présentement une hausse d’achalandage pour toute sa gamme d’activités. Bien que les gens de Rimouski et des environs fréquentent régulièrement le parc, 40 % de sa clientèle provient de l’extérieur de la région. Les visites journalières sont en croissance, les activités et événements sont toujours aussi populaires et les

réservations pour les différents types d'hébergement du parc connaissent un franc succès. Le parc affiche même complet certains weekends.

STATIONS DE SKI

Selon Geneviève Denis du parc du Mont-Comi, c'est une excellente saison qui s'annonce. « *Nous en sommes à notre 52^e journée d'opération et c'est un magnifique début de saison. Même si nous avons un peu moins de neige naturelle que l'an dernier, la fréquentation de la station est en augmentation et plusieurs weekends affichent complet au niveau de nos hébergements, et ce, jusqu'au Snowmission, événement phare de la station.* »

Le relâche scolaire qui s'en vient devrait également permettre aux centres de ski bas-laurentiens un achalandage soutenu et procurer d'agréables moments aux familles adeptes de sports de glisse.

ÉTABLISSEMENTS D'HÉBERGEMENTS

Le redoux de décembre et le manque de neige en janvier ont particulièrement restreint l'accessibilité des établissements hôteliers par les motoneigistes sur presque tout le territoire. Depuis, les bordées de neige régulières et la dernière tempête de février ont rétabli la situation et l'achalandage des touristes-motoneigistes est au rendez-vous. Tous souhaitent maintenant l'étirement de la saison le plus possible pour ainsi combler le manque de janvier.

Il ne reste qu'à souhaiter que notre hiver québécois se prolonge encore quelques semaines, le temps de profiter au maximum des activités disponibles. Pendant ce temps, Tourisme Bas-Saint-Laurent est déjà à mettre en place une campagne estivale afin de faire rayonner davantage la *Réserve mondiale de bon temps!*

Le mandat de Tourisme Bas-Saint-Laurent est de positionner la région du Bas-Saint-Laurent comme une des principales destinations vacances au Québec, ainsi que de susciter le développement de l'offre touristique et d'en faire la mise en marché. Le tourisme au Bas-Saint-Laurent, un secteur de l'économie essentiel : 850 entreprises, 7 800 emplois, 1,1 M de visiteurs et 345 M\$ en retombées touristiques annuellement. Les actions de promotions de Tourisme Bas-Saint-Laurent sont rendues possibles grâce au partenariat avec Tourisme Québec.

- 30 -

Source : Karine Lebel, responsable des communications

Tourisme Bas-Saint-Laurent, 418 867-1272 / karinelebel@bassaintlaurent.ca

Site Web BasSaintLaurent.ca / [Motoneige Bas-Saint-Laurent](#)

Facebook [Tourisme Bas-Saint-Laurent](#) / [Motoneige au Bas-Saint-Laurent](#)

Publicité motoneige ([français](#) - [anglais](#)) / [Vidéo hivernale BSL](#)