

Pour diffusion immédiate

Lancement de la saison touristique estivale 2003 à Lévis

Lévis, le 12 juin 2003 – Le maire de Lévis, M. Jean Garon, a procédé ce matin au lancement officiel de la saison touristique estivale 2003. Plusieurs membres du conseil et de nombreux intervenants du milieu touristique s'étaient joints à lui pour l'occasion dans les locaux du Bureau d'accueil touristique du secteur de la Traverse.

« Le récent Sommet de Lévis nous l'a confirmé : les citoyens et citoyennes souhaitent que la priorité des priorités soit accordée à la qualité de vie et c'est en développant cette qualité de vie que nous développerons le plus efficacement notre industrie touristique », a déclaré M. Garon pour qui il faut d'abord et avant tout que les résidents d'un coin de pays soient heureux d'y vivre si on veut que les touristes soient heureux d'y venir.

Et M. Garon d'ajouter que « c'est d'ailleurs la raison pour laquelle un guide touristique sera diffusé prochainement à l'intention de tous les foyers de la nouvelle ville et des environs de Lévis afin de faire connaître à nos résidents tout le potentiel dont la ville dispose à cet égard et de les inviter à en profiter et à diffuser la bonne nouvelle autour d'eux comme autant d'ambassadeurs de leur Ville ».

« Les choses ont commencé à bouger et elles vont bouger comme jamais à Lévis tant sur le plan des pistes cyclables, du développement des grands espaces verts, de la revitalisation des quartiers patrimoniaux, de l'écotourisme, que sur celui des activités agro-touristiques, autant d'axes extrêmement porteurs pour le tourisme », a poursuivi le maire.

Pour que ces avantages se traduisent en retombées économiques, la Ville a l'intention d'agir avec une détermination et une énergie renouvelées sur les plans de la promotion touristique et du développement des infrastructures d'accueil et d'hébergement.

Une base solide

Comme a tenu à le souligner le maire, « la base est là et elle est solide puisqu'on compte sur le territoire de notre ville plus de 120 intervenants qui sont actifs dans ce secteur économique, alors que l'on recense près de 5 000 résidents de Lévis qui occupent un emploi dans ce secteur d'activités, soit un travailleur sur 13 ».

Lévis, c'est également :

- 30 000 visiteurs dans les bureaux touristiques opérés par la Ville pendant la saison estivale;
- plus de 200 visites d'internautes par jour sur le site Web de Tourisme Lévis;
- 250 000 usagers et un demi million de passages sur le Parcours des Anses, qui à d'ailleurs récemment valu à la Ville un Grand Prix du tourisme à l'échelle nationale;
- près d'un million de passagers piétons à bord des traversiers des mois de juin à septembre 2002, en hausse de 25 % par rapport à 2001;
- des établissements et attraits dont l'achalandage est en constante progression au cours des dernières années.

Tout cela pour dire que le tourisme génère des retombées économiques fort importantes au plan régional autant qu'il s'avère être un levier de développement de premier plan pour une ville comme Lévis.

Un effort renouvelé de promotion

Ce sont notamment ces raisons qui ont convaincu les autorités de la Ville de Lévis d'appuyer de façon tangible la promotion et le développement touristique du territoire en 2003 par le biais de Tourisme Lévis et d'investir près de 100 000 \$ pour réaménager complètement le bâtiment de services du Parc des Chutes-de-la-Chaudière, où se trouve le principal Bureau d'information touristique de la nouvelle Ville.

En 2003, la stratégie marketing de la Ville mise sur les créneaux du récréotourisme et du tourisme culturel. Plusieurs outils promotionnels ont donc été développés par Tourisme Lévis en ce sens. Parmi ces outils promotionnels, M. Garon a souligné les suivants :

- La participation à quatre salons spécialisés en tourisme, dont les Salons Vacances et Loisirs d'été de Montréal et de Québec.
- La production de dépliants touristiques français et anglais portant sur les attraits et événements offerts à Lévis au cours de l'été.
- Un site Web interactif entièrement dédié au tourisme et depuis peu également disponible en anglais.
- Une promotion à radio Bellechasse durant l'été de même qu'une carte de positionnement localisant les lieux d'intérêt touristique de Lévis à l'échelle de la région Chaudière-Appalaches.
- Plusieurs placements publicitaires dans des publications dédiées au tourisme et une visibilité autoroutière moussant le potentiel touristique de Lévis à l'échelle régionale et provinciale.
- Un répertoire d'établissements d'hébergements.
- Le forfait « Escapade à la carte » offert en collaboration avec la Société des Traversiers du Québec et la Corporation du développement du Vieux-Lévis.
- L'emploi de 7 agents opérant dans deux bureaux d'informations touristiques à Lévis et un comptoir d'information du côté de Québec à l'intention de la clientèle des traversiers.

« Comme on a pu le voir, à Lévis, les projets d'intérêt touristique sont nombreux, les défis importants et les enjeux tout autant », a indiqué M. Garon pour qui il ne fait pas de doute que la création de la nouvelle Ville, en constituant un ensemble urbain plus large, permet une vision mieux intégrée, une action mieux coordonnée et une force de frappe promotionnelle plus efficace. « Nous pourrions continuer à miser sur le potentiel de nos quartiers et de nos événements comme le Vieux Lévis, Festivent, la Fête de l'Eau qui débute aujourd'hui, le cœur historique de Saint-Jean Chrysostome ou l'événement « Village en arts » de Saint-Nicolas, mais avec la capacité de les intégrer dans de véritables circuits touristiques tant dans le domaine du tourisme d'agrément que du tourisme d'affaires. »

- 30 -

Source : André Roy
Direction des communications
(418) 834-6607