

Tourisme
CANTONS-DE-L'EST

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DES CANTONS-DE-L'EST

RAPPORT ANNUEL 2010-2011



Juin 2011

CANTONS DE L'EST.com

C'est ici que je veux Être

TABLE DES MATIÈRES

Message de la présidente	1
Message du directeur général	4
Rapport d'activités	5
Plan d'action 2011-2012	16
Budget prévisionnel 2011-2012	18
Comités et équipe de Tourisme Cantons-de-l'Est	19

Message de la présidente

L'art de vivre... la fin d'un mandat

Mise en bouche

C'est aujourd'hui la dernière fois que je m'adresse à vous en tant que présidente de Tourisme Cantons-de-l'Est.

J'ai choisi d'achever mon mandat en brossant le portrait de ce que nous avons accompli, comme région touristique, au cours des quatre dernières années, soient les années de ma présidence. En fait, sans faire exprès, j'ai vécu dernièrement de quoi nourrir mon discours...

Pour mon anniversaire, en mai, mon conjoint m'a offert un séjour de deux nuits dans le Relais & Châteaux de mon choix, en Amérique du Nord. Je nous avais déniché un petit bijou d'hôtel près de Boston et il ne restait plus qu'à trouver le moment d'en profiter. Quand est venu le temps de réserver, il y a deux semaines, le courage m'a un peu manqué; je n'avais pas le goût de faire tout ce millage juste pour aller me reposer. Alors j'ai dit à Gérard : « Pourquoi on ne jouerait pas aux touristes chez nous? Pourquoi on ne s'offrirait pas la vraie expérience du Chemin des Cantons, avec le guide audio, tout le kit? ». Et c'est ce qu'on a fait.

Cette expérience a été renversante, charmante, pleine de découvertes et de plaisirs. Et j'ai pu goûter vraiment le fruit des efforts qui ont été réalisés par Tourisme Cantons-de-l'Est. C'était la plus merveilleuse célébration que je pouvais m'offrir pour souligner la fin de mon mandat. En parcourant le Chemin des Cantons, cela m'a permis de réaliser tout le potentiel de notre région.

Ingédients de base

Les actions marketing des dernières années sont nées des forces et des valeurs de la région, combinées à une bonne dose d'inspiration. De sérieuses réflexions nous ont menés à poser des actions structurantes qui prennent aujourd'hui la forme de la bannière Café de village ou de la bannière Créateurs de saveurs.

Il y a près de cinq ans maintenant, Alain Larouche m'avait invitée à une rencontre spéciale du comité exécutif (à l'époque, je ne faisais pas même partie du conseil d'administration de Tourisme Cantons-de-l'Est). On y discutait la planification stratégique 2007-2012 qui devait être entérinée et l'exécutif voulait avoir l'avis de quelques joueurs de l'industrie.

La firme, après un travail qui avait duré un an et demi, a donc procédé à sa présentation. J'en avais été profondément bouleversée et aussi, choquée.

On pouvait y lire les trois grandes orientations retenues, soit :

- Favoriser la préservation des milieux naturels et bâtis et en faciliter l'accès pour des fins touristiques.
- Renforcer l'offre touristique pour s'adapter aux nouvelles tendances et aux besoins des consommateurs (13 chantiers avaient été retenus, tels la randonnée, le ski, l'agrotourisme, le vélo, etc.).
- Accroître le support aux entreprises et aux organismes touristiques.

Comment pouvions-nous espérer faire ça, « favoriser la préservation des milieux naturels »? Étions-nous pour siéger sur tous les conseils d'administration de l'environnement?

Il y avait là un défi exceptionnel. Comment faire de notre région un symbole de l'art de vivre où les petits artisans peuvent vraiment arriver à vivre de leur métier, que nos villages se redynamisent, que nos terres soient cultivées dans le respect de la nature... Comment pouvons-nous arriver à cela et, qu'en même temps, tout cela crée une destination attrayante où il fait bon vivre, autant comme touriste que comme résident permanent.

Préserver les milieux bâtis, le travail avait été bien amorcé par la création du Chemin des Cantons. Mais préserver des milieux naturels, c'est là un défi qui n'est pas la première mission de Tourisme Cantons-de-l'Est. Alors oui, on a une nature grandiose à protéger et c'est là notre patrimoine. Mais en même temps, on voit que ce patrimoine est hypothéqué en quelques endroits. On a peur des algues bleues dans nos lacs depuis quelques années, et avec raison. La pollution des lacs, c'est quelque chose qui se prépare depuis 50 ans. Ça ne peut se corriger du jour au lendemain mais à terme, en devenant vigilant et en modifiant dès maintenant certaines façons de faire les choses, on peut arriver à des résultats. Mais c'est toute une façon de faire et de consommer que l'on doit changer.

D'autre part, en nous contentant des 13 chantiers prioritaires identifiés par la firme, qui ressemblaient étrangement à tout ce qui se fait au Québec, comment allions-nous faire pour nous démarquer? Car ne l'oubliions pas, l'objectif ultime est que les Cantons-de-l'Est deviennent une destination touristique prisée. Comme le dit si bien Alain, « nous n'avons pas d'Indiens, pas de baleines, pas de tour Eiffel »!

Comment se démarquer avec un milieu riche en petits trésors mais que rien ne distingue spécifiquement? Des paysages à couper le souffle, il y en a partout. Qu'est-ce que la Toscane et la Provence ont fait pour se démarquer autant? En Provence, il y a des cafés, des restos qui mettent en valeur les produits de leur terroir, des gens à qui parler dans les bistrots... c'est tout cela que l'on souhaite lorsqu'on va en Provence. Même s'ils n'ont pas de tour Eiffel, pas de baleines et pas d'indiens non plus...

Nous étions donc devant tout un défi. Mais on s'est posé la question : et si le problème faisait partie de la solution? Et si le simple fait de nous pencher sur la crainte de perdre nos lacs, sur l'impact des constructions sauvages dans nos paysages, de questionner nos façons de construire, de cultiver nos terres, de protéger nos lacs... et si ce simple geste d'en prendre soin devenait la signature de nos Cantons.

C'est là que doucement, lentement mais sûrement, la notion d'art de vivre s'est articulée.

Préparation

Point n'est besoin de vous dire que ce défi... on ne savait pas par quel bout le prendre ! On savait qu'il y avait quelque chose de stimulant mais ni moi, ni le conseil d'administration ni l'équipe de Tourisme Cantons-de-l'Est ne savions par où commencer. Nous savions cependant que notre mission était de promouvoir les Cantons-de-l'Est et aussi, maintenant, de structurer l'offre touristique

Ah ! Le joli rêve ! Mais comment avancer dans ce rêve sans avoir l'air de pelleteurs de nuages?

L'occasion inespérée s'est présentée à nous sous le couvert du Centre Mondial d'Excellence des Destinations (CED), chapeauté par l'Organisation mondiale du tourisme. Les experts du CED sont venus analyser nos forces, sur tout le territoire des Cantons-de-l'Est. Ils ont évalué nos forces, nos défis et les opportunités du territoire. Puis ils ont ratissé et analysé absolument toute la région, jusqu'à évaluer nos réseaux de transport, la force d'attraction de nos universités, etc., tout ce qui peut nous aider à nous démarquer et à identifier notre caractère unique par rapport à d'autres destinations que souvent, on ne perçoit pas d'entrée de jeu.

Par exemple, personne d'entre nous dirait que la sécurité de voyager dans les Cantons-de-l'Est, au Québec, c'est une force. En fait, ils ont fait ressortir des forces sur l'échiquier international que nous, nous prenions pour acquises.

Autre exemple, le vin de glace. Mondialement, notre Route des vins a peu d'impact. Par contre, notre vin de glace et vendanges tardives, qui a une couleur régionale unique, peut devenir un fleuron de notre terroir à l'échelle mondiale. Autre piste que le CED nous a laissée : la création d'une bannière à l'exemple des « Cafés de pays » qui reconnaîtrait et identifierait de façon attractive ces endroits qui existent déjà dans nos villages, des lieux où se rassemblent les villageois, des lieux qui sont une vitrine pour nos produits régionaux, des lieux où l'aspect culturel est présent, etc.

Le vin de glace et les Cafés de village sont deux exemples. Nous avons reçu 109 recommandations de ce genre de la part des experts du CED.

Laisser mijoter

Ainsi, dans cet objectif de devenir un symbole de l'art de vivre, les Cantons-de-l'Est ont franchi une étape majeure grâce aux recommandations du CED. On était déjà « cartographié ». On a vu des forces et aussi des pistes concrètes de développement de notre offre touristique. Il nous fallait alors aller plus loin dans l'exploration de la marque « Cantons-de-l'Est ». Quel est donc l'ADN des Cantons-de-l'Est? Quel est le « je ne sais quoi » qui plaît lorsqu'on arrive dans notre région? À ce stade, nous nous sommes fait accompagner par le groupe Zoum Armada pour investiguer avec rigueur nos caractères propres et notre vision de l'avenir.

Des mots ont été couchés sur papier pour nous aider à articuler ce concept et à guider nos réflexions et nos actions : Cantons-de-l'Est est une marque leader qui comporte des valeurs profondes : le respect, l'humanité, le plaisir. Les gens des Cantons-de-l'Est développent et travaillent en harmonie avec l'environnement. Notre créativité, notre authenticité, notre rapport à soi, notre rapport à l'alimentation, notre relation avec l'environnement deviennent des traits de caractère.

Trois axes ont été retenus : préservation, innovation, valorisation. L'art de vivre est un positionnement qui doit interpeller les cinq sens et qui est indissociable de notre créativité et de celle de nos artisans.

Servir

Forts des recommandations du CED et du travail effectué pour l'analyse de la marque, il nous fallait partager nos prises de conscience, partager cette réflexion. D'où la décision d'organiser un Colloque sur le tourisme durable et l'art de vivre dans les Cantons-de-l'Est qui a eu lieu en avril dernier, en présentant notre vision 2020 en collaboration avec les Conseils régionaux des élus de l'Estrie et de la Montérégie-Est.

Cette étape était essentielle afin que notre région travaille en cohésion avec nos élus et décideurs. C'était essentiel si nous voulions devenir une région reconnue pour son art de vivre en Amérique du Nord.

À notre plus grand plaisir, les communautés culturelles, politiques ainsi que nos institutions (universités) adhèrent à cette vision.

Nous devons – encore et à chaque jour – créer un consensus autour des valeurs qui supportent cet art de vivre. Il est devenu clair qu'on peut faire du développement durable sans art de vivre. Mais il est impossible d'avoir un art de vivre sans développement durable.

Il est fini le temps où l'on pouvait tricher, promettre une expérience exceptionnelle et ne pas la livrer, sans grande conséquence. D'ailleurs, plus le temps avance, plus c'est impossible. Dans la minute qui suit, toute erreur se ramasse dans les réseaux sociaux et aboutit tôt ou tard dans les médias grands publics. Il nous faut donc, plus que jamais, être cohérent avec nos engagements. **NOUS DEVONS LIVRER NOS PROMESSES.** Si nous souhaitons que les Cantons-de-l'Est s'imposent comme une destination de choix pour célébrer l'art de vivre en Amérique du Nord, il nous faut absolument préserver ses valeurs et se consacrer à les vivre d'abord pour nous-mêmes, en tant que résidents puisque nous faisons, nous aussi, partie des richesses de notre région.

... et savourer!

Pendant ces quatre années à la présidence de Tourisme Cantons-de-l'Est, j'ai tracé mon petit bout de route menant vers cette nouvelle étape. À l'image de ce week-end que j'ai vécu récemment sur le Chemin des Cantons, j'ai fait plusieurs découvertes, j'ai vu s'ouvrir de nouveaux paysages, j'ai rencontré des gens merveilleusement inspirants et des artisans créateurs. J'ai aussi rencontré une équipe mature, engagée, qui est passionnée de sa région. Bien des régions nous envient. Je tiens donc à remercier très sincèrement toute l'équipe de Tourisme Cantons-de-l'Est, tout particulièrement Alain Larouche, Francine Patenaude et Marie-France Bourdages: **vous êtes vraiment des agents de changement.**

Maintenant que se termine mon mandat, je suis évidemment fière du parcours des dernières années mais je suis encore plus anxieuse de voir se tracer la suite de l'histoire. D'ici là, je souhaite à chacun de vous de vivre l'expérience que j'ai vécue en jouant à la touriste, chez nous. Avec l'attitude qu'il faut; vous savez, ce regard qu'on a quand on arrive à l'étranger dans une région... Alors oui, procurez-vous le CD du Chemin des Cantons, accrochez votre appareil photo à votre cou et jouez au touriste pour vrai! Abandonnez-vous, laissez-vous séduire, laissez-vous charmer par nos paysages, nos lieux, nos gens, pour le simple plaisir de la découverte, sans « évaluer » le produit mais en y goûtant franchement, pour vous-mêmes, avec une saine curiosité. Vous serez sans doute éblouis, comme je l'ai été.

Plus nous serons nombreux à savourer, pour nous-mêmes, les valeurs qui composent l'art de vivre des Cantons-de-l'Est et plus nous incarnerons cet art de vivre dans nos choix, dans nos décisions, dans nos entreprises et dans nos vies, alors plus les Cantons-de-l'Est s'imposeront.

Merci!

(la tour Eiffel n'a qu'à bien se tenir!)

La présidente du conseil d'administration,



Jocelyna Dubuc

Message du directeur général

« Cantons-de-l'Est » et « Art de Vivre » : Une identité et un positionnement

2010 : Atterrir et décoller du même vol

Nous sortons progressivement de la crise économique et l'année touristique s'est déroulée sans écarts ni crises extrêmes. La température a été plutôt belle et stable. L'achalandage dans les hébergements s'est quand même accru de 2.9 % et les prix sont stables. Dans les attractions il y a aussi eu de bonnes performances et qui plus est, autant en saison verte que blanche. C'est assurément là le signe de l'arrivée à un certain plateau de croissance et de l'atteinte d'une belle maturité. Statistiquement, 2010 a été une assez bonne année : Nos recettes régionales devraient approcher 650 M \$ et le nombre de visiteurs, 8 millions.

Sur le plan des interventions structurantes, notre Association touristique a continué d'accentuer le virage Internet, a consolidé l'enracinement de la **marque Cantons-de-l'Est** et a finalement sensibilisé toute la région à notre vision 2020. Le **colloque Tourisme durable et art de vivre** aura attiré 225 participants, non seulement de l'industrie touristique, mais aussi de tous les secteurs du développement économique de l'Estrie et des Cantons-de-l'Est. La mise à niveau de notre offre touristique s'est poursuivie. Au niveau du renouvellement de l'offre et de la rénovation des produits, les promoteurs performent extrêmement bien puisque nous approchons les **300 M \$ en investissements** en quelques années. Nous avons aussi lancé collectivement un chantier sur le « **Tourisme gourmand** » qui va consolider notre réputation de destination référence pour son art de vivre et assurer notre leadership à ce titre au Québec : le regroupement « **Créateurs de saveurs** » et le lancement de la bannière « **Café de village** » est vraiment un signal important à ce titre. Sous cette rubrique, nous avons aussi en cours une réflexion concernant notre leadership national sur la question de la **viticulture**.

Nous avons aussi renégocié et signé notre entente de partenariat avec **Tourisme Québec** jusqu'en 2014. Je rappelle que nous avions accepté mutuellement de prolonger d'un an notre entente de 2007-2010, afin de nous donner le temps de négocier un partenariat mieux adapté et plus souple avec notre ministère titulaire. Cette négociation faisait partie en quelque sorte, de la réflexion plus globale demandée par la ministre au **Comité de performance** concernant l'avenir de l'industrie du tourisme québécois dont le rapport a été déposé le 31 mai dernier et auquel nous avons participé de différentes façons. Nous avons aussi négocié un partenariat accru avec **Tourisme Montréal** qui nous permettra d'approcher différemment les marchés d'exportation ainsi que les émergents.

D'ailleurs, ce rapport propose une réflexion importante à notre industrie et nous n'aurons guère le choix d'y participer à notre niveau. Cinq recommandations y ont été présentées sur des volets où des interventions sont incontournables, autant au sein de l'industrie que du gouvernement : un plan de développement pour les **produits d'appel**; un plan de soutien à l'**investissement**; un nouveau **management**; un **marketing** concentré et coordonné; un **professionnalisme** accru (première ligne et gestionnaires). Le volet qui a le plus interpellé la région est celui du marketing et des produits d'appel identifiés.

Pour la suite des choses, 2011 sera tout aussi déterminant puisque nous aurons à renégocier et renflouer notre **Fonds de développement de l'offre** et le **momentum** est probant puisque monsieur Bachand et madame Ménard ont annoncé tous deux qu'ils ont relocalisé des budgets au développement des régions touristiques. Et parlant de **momentum**, celui créé par la disponibilité des budgets gouvernementaux, par le rapport du comité de performance où nous sommes nommément cités, et par le fait que nos chantiers de **développement durable** sont identifiés, nous rend très optimiste pour 2011 et les suivantes.

Je profite de cette assemblée pour vous remercier tous de votre collaboration et de votre implication. Diriger une association de propriétaires et de gestionnaires d'entreprises touristiques n'est pas de tout repos, mais cela devient très stimulant lorsque **l'implication et la transparence** sont de rigueur. Des remerciements tout particuliers à mes trois piliers, Marie-France Bourdages au développement, Francine Patenaude au marketing, Jocelyna Dubuc à la présidence de l'organisation, ainsi qu'à toute l'équipe de **Tourisme Cantons-de-l'Est** : Danielle, Joyce, Danie, Dominique, Julie, Marie-Claude, Pauline, Maude, Annabelle, Susy et Sandy.

Finalement, comme l'AGA d'aujourd'hui constitue la **fin du « règne » de madame Jocelyna Dubuc**, je tiens à lui rendre hommage et à souligner les qualités de leader et de visionnaire qu'elle a su investir dans une organisation comme **Tourisme Cantons-de-l'Est**, au cours des quatre dernières années. Nous savons tous que diriger et développer une entreprise comme le **SPA d'Eastman**, un leader mondial des SPAS de destination, constitue en soi un défi opérationnel quotidien. Si on considère en plus que ce défi quotidien est doublé du défi de rester fidèle à ses valeurs de base d'intégrité et d'authenticité, tout en développant optimalement son entreprise de même que ses rapports de compétence et d'authenticité avec ses clientèles, cela relève du tour de force. Surtout que Jocelyna s'implique aussi auprès de l'**Association des SPAS et Relais Santé du Québec**

dont elle était aussi présidente jusqu'à récemment. Jocelyna Dubuc n'a jamais manqué de temps pour Tourisme Cantons-de-l'Est et elle a toujours été une inspiration pour ses pairs et notre équipe. Chapeau Madame !!!

A la fin de cette AGA, vous aurez élu une **nouvelle présidence**. Sur les bases de notre historique et de l'implication de tous et toutes, nous savons d'ores et déjà que nous lui proposons de prendre les rênes d'une **équipe professionnelle et dévouée ainsi qu'une organisation en santé**.

Les Cantons-de-l'Est, une marque, un Art de vivre !

Le directeur général,



Alain Larouche

MISSION ET PRINCIPES DIRECTEURS DE L'ASSOCIATION

Tourisme Cantons-de-l'Est a pour mission, depuis 1978, de favoriser le développement de l'industrie touristique des Cantons-de-l'Est ainsi que la promotion de ses produits touristiques sur les marchés québécois et internationaux par le regroupement, la concertation, le soutien et la représentation des intervenants touristiques de la région. Constituée à titre d'organisme à but non lucratif, notre Association regroupe 524 membres (809 entreprises) et opère sa mission sur une base de mixité des fonds publics et privés. Tourisme Cantons-de-l'Est s'associe **aux valeurs de développement durable** de la communauté estrienne et à ce titre s'engage à promouvoir la qualité de vie et de l'environnement dans son milieu et par ses interventions.

Les opérations de Tourisme Cantons-de-l'Est comportent quatre principaux champs d'intervention :

1. Fonctionnement démocratique
2. Accueil et information touristique
3. Marketing et développement des marchés
4. Développement de l'offre touristique des Cantons-de-l'Est

Rapport d'activités

Vie démocratique

Les instances démocratiques de Tourisme Cantons-de-l'Est se sont réunies à 4 reprises en cours d'exercice, en conseil d'administration, en plus de l'AGA. À noter qu'il n'y a pas eu de Comité exécutif, la totalité des décisions ont été prises en CA.

Les comités actifs et mandatés par le conseil d'administration sont ceux du marketing, de gestion de la Loi 76, de la signalisation, du membership et de la politique d'accueil. Nous avons eu plusieurs rencontres d'informations/discussions avec les organisations locales de tourisme (CLD). Aussi, en cours d'exercice, plusieurs rencontres de nos clubs produits ont eu lieu afin *d'aligner correctement le tir*, particulièrement pour le produit affaires, et pour animer le produit ski alpin. Nous avons aussi consolidé nos circuits officiels. La présidente de TCE préside aussi le comité de Gestion du Fond de Développement de l'Offre Touristique (FDPT). Exceptionnellement nous avons mis sur pied un comité organisateur du colloque sur le Tourisme durable et l'Art de vivre qui a livré ses résultats les 12 et 13 avril 2011.

En 2010, nous avons amorcé une réflexion sur nos tarifs de cotisation pour le membership. Depuis notre fondation, le taux de notre membership avait évolué, quoique lentement, mais cette fois, nous en avons révisé complètement la structure. Nous sommes passés d'un taux unique (340 \$) à un taux variable (de 200 \$ à 600 \$). Le Conseil d'administration a étudié et adopté un modèle plus conforme à la logique associative, selon des objectifs d'équité, de plus grande représentativité et de viabilité. Les résultats ont été probants puisque nous avons augmenté légèrement le membership et nos revenus à ce poste.

Tourisme Cantons-de-l'Est et ses membres

Au cours de la dernière année, Tourisme Cantons-de-l'Est a accueilli 31 nouveaux membres alors que 39 se sont retirés. Voici les sphères de l'industrie touristique de la région telles que représentées dans notre membership : 245 hébergements, 208 attractions, 40 restaurants, 14 CLD et corporations municipales, 17 services touristiques. Il est à noter qu'une centaine de nos membres possèdent et opèrent plusieurs activités et places d'affaires. Nous avons 524 membres représentant 809 entreprises et organismes.

Notre Association est active et partenaire auprès des organismes suivants :

- Association de l'industrie touristique du Canada (TIAC)
- Association des professionnels en développement économique-Estrie
- ATR associées du Québec
- Centre locaux de développement de l'Estrie (7), Haute-Yamaska et Brome-Missisquoi
- Chaire de tourisme du Québec (UQAM)
- Chambre de Commerce de la région sherbrookoise
- Comité de gestion de la Route des vins
- Comité de gestion de la Route des Sommets
- Comités de gestion du bassin versant de la rivière Saint-François (COGESAF), Chaudières, Champlain
- Comité de protection des paysages estriens
- Comités d'harmonisation des parcs nationaux de Frontenac, Mont-Mégantic, Yamaska et Orford
- Commission canadienne du tourisme
- Conférence administrative régionale (CAR)
- Conseil agrotouristique des Cantons-de-l'Est
- Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE)
- Conseil de la culture de l'Estrie
- Conseil québécois de l'industrie touristique du Québec
- Conseil québécois des ressources humaines en tourisme
- Conseil Sport Loisir de l'Estrie
- Conférences régionales des élus – Estrie et Montérégie-Est
- Corporation de gestion du Chemin des Cantons
- Développement économique Canada, Estrie- Montérégie
- Emploi Québec
- Kéroul
- Ministère de l'Agriculture, pêcheries et alimentation
- Ministère de la Culture, des Communications et Condition féminine
- Ministère des Affaires Municipales et Régionales et de l'Occupation du Territoire
- Ministère du Développement Économique, de l'Innovation, de l'Exportation
- Ministère des Transports du Québec
- Ministère du Tourisme (comités ski, expérience villégiature, agrotourisme, cyclotourisme, comité d'évaluation de la taxe 2 \$)
- Regroupement des Associations pour la protection de l'environnement des lacs (RAPPEL)
- Réseau de Veille en tourisme du Québec
- Sentier transcanadien
- Table Régionale des Véhicule Hors Route (VHR) de la Conférence Régionale des Élus de l'Estrie
- Travel & Tourism Research Association
- Vélo Québec

Pendant l'exercice, nous avons :

- Administré le FDOT et débuté les négociations pour le fonds 2012-2015
- Mis à jour notre plan stratégique de marketing, en fonction de l'Univers de la marque
- Participé à plusieurs dossiers stratégiques québécois : vélo, ski, impact de la taxe d'hébergement sur l'industrie
- Intervenu avec l'Association de l'industrie touristique du Canada (TIAC/AITC)
- Collaboré avec l'Association Québécoise de l'Industrie touristique
- Participé au comité de relance de Memphrémagog sur l'avenir du mont Orford
- Amélioré notre sécurité informatique
- Présenté des rapports d'activités à chaque rencontre de notre CA : marketing, développement, direction générale et présidence
- Appliqué un code d'éthique aux administrateurs
- Expédié un bulletin mensuel d'information

- Administré le protocole de soutien à l'exportation avec le DEC
- Révisé le plan d'intervention en relations de presse et mise à jour des guides internationaux
- Accentué le virage Internet 2.0 réseaux sociaux, statistiques, ergonomie, offres)
- Consolidé les opérations du club produit affaires
- Consolidé la pérennité de la « Route des vins » « Véloroute des Cantons » et du « Chemin des Cantons »
- Intégré les recommandations du Centre Mondial d'Excellence des Destinations, à nos plans stratégiques
- Collaboré à l'étude sur les impacts du réchauffement climatique sur notre offre (UQAM-Ouranos-Waterloo)
- Participé aux négociations entre les ATR et Tourisme Québec : entente de partenariat et nouvelle plate-forme
- Collaboré à plusieurs comités stratégiques québécois avec les ATR Associées
- Démarré le chantier sur le tourisme gourmand

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Le bilan des opérations du plan de développement 2007-2012 nous a permis de constater que des 41 actions initiales, 35 ont été réalisées ou amorcées. Suite à l'adoption des recommandations du Centre Mondial d'Excellence des Destinations, les orientations de notre plan de développement 2007-2012 ont été ajustées et bonifiées.

Structuration du vélo

Suite à trois années bien remplies qui nous auront permis de réaliser nos objectifs de développement et de commercialisation de l'offre vélo, nous avons collaboré étroitement avec les clubs cyclistes et les corps policiers de la région pour mettre sur pied la nouvelle campagne de sécurité à vélo *Partageons la route* qui est reprise à l'échelle provinciale. La table vélo régionale a repris ses activités et le service de Taxi-vélo, toujours en hausse d'utilisation a été renouvelé pour trois ans avec les services de taxi participants.

Les routes touristiques signalisées

En regard de la prolifération des autres routes des vins au Québec et de la naissance d'autres masses critiques de vignobles ailleurs en région, un avis d'expert a été demandé et déposé afin d'identifier les meilleures stratégies pour maintenir et même renforcer la position de leadership de notre région en matière de viticulture.

Le Chemin des Cantons doit renouveler son partenariat financier avec ses 35 partenaires municipaux l'an prochain. À cet égard une vaste étude a été menée pour obtenir un portrait juste des impacts financiers du Chemin des Cantons tant via les projets d'investissements, la couverture médiatique que des visiteurs qui la fréquentent.

Tourisme gourmand

Une des nouvelles pierres angulaires de l'offre distinctive de notre région, le Tourisme gourmand prend de l'ampleur et sa structuration va bon train avec des investissements prévus de 500 000 \$ sur trois ans. Une mission en France à l'automne 2010 a permis de s'inspirer de modèles éprouvés tels les routes des vins, les marchés publics, le label des produits régionaux et les cafés de pays. Suite à la mission, le concept de Café de village a été structuré et nous avons embauché une chargée de projet, recruté les 10 premiers Cafés de village et déposé une demande de certification pour préserver l'appellation et le logo. Ce premier réseau des Cafés de village est appelé à grandir tout en respectant les critères qui ont prévalu à sa mise sur pied c'est-à-dire des établissements, aux couleurs locales, valorisant la vie culturelle et les produits de leur région tout en étant ambassadeurs des attraits, activités et hébergements de leur coin.

Tourisme Cantons-de-l'Est a poursuivi sa collaboration active avec le CIBLE pour la mise en valeur des produits identifiés *Créateurs de saveurs*, la marque des produits régionaux.

Randonnée pédestre

Suite à une opération de consultation dans le milieu et au développement du partenariat avec cinq CLD préoccupés du développement de la randonnée pédestre comme produit d'appel, le plan de développement et de commercialisation de la randonnée pédestre touristique a été finalisé et adopté par le CA. Nous avons renouvelé notre entente avec les CLD impliqués et embauché un chargé de projet pour voir à l'opérationnalisation du plan et au soutien du milieu. De nombreuses rencontres de travail ont été menées notamment sur le territoire de Sutton en vue de soutenir la dynamique de regroupement de l'offre plein air. Suite à une consultation dans le milieu, nous avons produit à nouveau une liste des 16 meilleurs parcours (Sentiers de la nature et Sommets à découvrir) dans le guide touristique régional et dans les cartes napperons.

Recherche et développement

Deux sondages ont été menés pour Tourisme Cantons-de-l'Est durant la dernière année.

Comportement des clientèles en hébergement touristique

Un sondage auprès de nos hébergements touristiques (73 répondants) a été réalisé en janvier 2010 afin de cerner le comportement des clientèles d'agrément (forfaits les plus demandés, activités recherchées etc.). Nous avons obtenu un portrait fort instructif, notamment que les forfaits gastronomie et spa sont les plus vendus, que les réservations se font encore en majorité par téléphone et que moins de 50 % des entreprises ont des stratégies de fidélisation de la clientèle.

Portrait des impacts 2007-2011 et Résultats du sondage clientèle 2010 du Chemin des Cantons

Le Chemin des Cantons a généré 107 projets totalisant des retombées économiques estimées à 20 M \$. Le sondage auprès de 223 répondants a permis de constater que la clientèle qui le fréquente vient de plus loin, couche davantage en hébergement commercial et dépense plus que le visiteur moyen des Cantons-de-l'Est.

Le FDOT 2007-2011

Devant la qualité des projets déposés et le dynamisme du milieu, le FDOT a devancé de près de deux ans ses investissements et octroyé l'ensemble de son enveloppe disponible.

Notre démarche s'est conclue à la satisfaction de l'ensemble des signataires de l'entente, à savoir le ministère du Tourisme, le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, la Conférence régionale des élus de l'Estrie, la Conférence régionale des élus de Montérégie-Est et les neuf (9) Centres locaux de développement œuvrant dans la région touristique des Cantons-de-l'Est.

Lors des quatre appels de projets, 40 projets ont été déposés et analysés et 19 projets ont été retenus pour financement représentant des investissements totaux de **30 M \$ et des engagements du FDOT de 1,7 M \$**. Jusqu'à présent, 100 % des fonds du FDOT sont déjà engagés et nous avons triplé nos objectifs d'investissement pour un effet de levier global de 18 fois la mise initiale du FDOT.

Principaux projets structurants soutenu financièrement :

Orford Express, wagon panoramique
Grand spectacle de l'eau Sherbrooke / Omaterra
Piscine à vagues Ski Bromont
Croisière Escapades Memphrémagog, Le Grand Cru
Sentier Village-Montagne Sutton
Spa le Montagnais, Val-Racine
Plan développement randonnée pédestre régionale
Chemin des Cantons / phase 2
Tourisme gourmand
Ferme Héritage Miner, Granby
Centre d'éducation et d'interprétation du Marais de la Rivière-aux-Cerises, Magog

MARKETING 2010-2011

ART DE VIVRE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le comité marketing

Nous avons comme mandat :

- ÊTRE innovateur
- ÊTRE vif et proactif
- ÊTRE vigilant (produit & service)
- ÊTRE agressif en matière commerciale
- Et surtout ne rien prendre pour acquis

Au cours de l'année, le comité marketing a travaillé sur le plan stratégique de marketing 2011-2013 ainsi que sur les stratégies de campagne de destination été 2011 et hiver 2012.

Le plan marketing prévoit des actions sur trois plans :

- Un plan corporatif de développement et de mobilisation des différentes instances touristiques, économiques et politiques
- Un plan de communication à haut rayonnement permettant de diffuser des contenus performants sur l'offre globale de la destination
- Un plan de partenariat novateur avec les entreprises touristiques ou non pour le positionnement et le rayonnement de la marque dans ses principaux marchés

Les grandes orientations

1. Orchestrer une vision de développement branchée sur l'expérience touristique
2. S'accaparer le marché court séjour
3. Incarner le symbole de l'art de vivre
4. Être à l'avant-garde des nouvelles technologies, Web 2.0, médias sociaux, etc.

OBJECTIFS

Destination Cantons-de-l'Est

1. Se rallier à une image de marque forte
2. Stimuler la demande pour la destination
3. Augmenter la fréquence du séjour
4. Offrir de la relation conseil aux membres
5. Offrir une gamme de possibilités de commercialisation innovatrices

Dossier marketing

Faire rayonner la marque Cantons-de-l'Est

Voici quelques actions auxquelles nous avons participées au développement des stratégies de marque dans les projets suivants :

- Café de village
- Les 3 routes signalisées (Chemin des Cantons, Route des vins, Route des sommets)
- Créateurs de saveurs

Le partenariat pour le développement des marchés et clientèles

Nous avons participé activement au développement de stratégies avec les partenaires suivants :

- Tourisme Montréal
- Alliance ski Québec – 4 régions
- Promotion du vélo hors-Québec – 5 régions
- Escapades romance – 4 régions

Les comités sur lesquels nous siégeons et / ou animons

- Comité Colloque
- CLD – Marketing
- 3 routes
- Comité Canada-USA avec Tourisme Québec
- Marketing réseaux ATRAQ

Internet 2010-2011

En 2010 ce fut une refonte complète du site Internet. Nous avons développé au cours de l'année différentes sections pour améliorer la page fiche membres (section carte et photo et liens entre les hébergements et les activités).

- Mise en place des stratégies de réseaux sociaux : Facebook, Twiiter, blogues, Flickr, YouTube, etc
- Développer plusieurs applications : concours Facebook, enchère e-Bay
- Une ressource supplémentaire pour écouter et répondre sur les réseaux sociaux
- Mise à jour des informations sur le site
- Réaliser 9 infolettres et 6 bulletins promotionnels

Campagne Été 2011

1. Créer une campagne de mobilisation et la déployer sur les trois espaces de diffusion
 - Espace média (affichage, presse, Web)
 - Espace hors média (RP, événements, commandites, partenariats)
 - Espace relationnel (2.0, blogues, forums, etc.)
2. Privilégier les contenus comme source principale d'alimentation des plateformes
3. Susciter le dialogue autour de la marque afin qu'elle résonne dans l'ensemble des marchés
 - Affichage
 - Web
 - Médias sociaux

Activités membres

- Journée marketing des membres
- Journée internationale
- Club affaires

Club produit affaires

Le succès des activités lors d'événements et de tournées de familiarisation sur les régions de Montréal et de Québec nous fait poursuivre dans cette direction. Trente-huit (38) partenaires se sont joints au Club affaires. De plus, cette année, Tourisme Cantons-de-l'Est a représenté ces membres dans divers autres événements organisés par Destination Québec ce qui a permis de fournir aux membres du Club, des listes totalisant environ 2500 noms d'organisateurs d'événements.

Voici les activités réalisées :

- Événement « Midi découvertes » à Montréal : 2 septembre 2010
- Événement « Midi découvertes » à Longueuil : 21 octobre 2010
- Événement « Midi découvertes » à Québec : 29 avril 2010
- Quebec Day : Ottawa, 9 novembre 2010 et Toronto, 10 février 2011
- Incentiveworks Show : 16 et 17 août 2010 à Toronto
- La Coupe de golf de Destination Québec : 7 juin 2010 à Toronto
- SCDA assemblée générale annuelle : 26 mai 2010 à Ottawa
- SCDA congrès annuel : du 23 au 25 septembre à Québec

Tournées de familiarisation:

- 1 au 3 octobre 2010 (Montréal)
- 4 au 6 juin 2010 (Montréal)
- 16 au 18 septembre 2010 (Toronto)

Publications 2010-2011

Clé USB présentant la fiche d'information de chacun des partenaires ainsi qu'un lien vers notre site Internet pour le produit Tourisme d'affaires. Pour chaque événement et tournée de familiarisation, les participants reçoivent cette clé USB. Environ 200 clés ont été distribuées en 2010 à des gens d'affaires afin de les inviter dans notre région pour leurs rencontres et réunions d'affaires. Ces clés contiennent les fiches membres pour le produit affaires. Mise à jour réalisée en 2010.

Feuilles pour salons (flyers) : Vélo

Conception et distribution 2010

Vélo et plein air : 1 500 copies en français distribuées au salon Vélo de Québec, au Salon Plein air de Montréal ainsi qu'au Salon Expodium. Dix (10) partenaires ont participé à ce projet.

Carte « Coupons-Rabais » 2009-2010

Conception en 2009 et distribution en 2009 et 2010 : Tourisme Cantons-de-l'Est a réalisé une carte napperon « Coupons-Rabais » (400 000 copies bilingues, de format 17" X 23") et on y retrouvait des coupons-rabais offerts par les attractions.

Collection des cartes napperons 2010 (cartes routières promotionnelles) : En 2010, l'ATR a poursuivi son travail de coordination pour les CLD. Un peu plus de 290 000 copies ont été distribuées.

Carte des sentiers motoneige 2010-2011 / 2011-2012 (imprimée pour 2 ans)

Distribution : 30 000 copies (22 000 fr. – 8 000 angl.), distribuées dans les bureaux d'information touristique des Cantons-de-l'Est, salon de motoneige (octobre 2010 à Québec), annonceurs, clubs motoneige, demandes Internet et téléphoniques. La prochaine édition de la carte motoneige se fera à partir de l'été 2012. Vingt-cinq (25) partenaires ont participé à ce projet.

Guide touristique officiel 2011-2012

Conception et distribution : 240 000 copies (175 000 fr. – 65 000 angl.) dans les bureaux d'information touristique des Cantons-de-l'Est et du Québec, membres, touristes, délégations, ambassades, grossistes, agents de voyages, salons, envois ciblés, demandes Internet et téléphoniques.

Carte vélo 2010-2012 (imprimée pour 2 ans)

Distribution : 180 000 (130 000 copies fr. et 50 000 copies angl.) distribuées dans les bureaux d'information touristique des Cantons-de-l'Est, boutiques de vélos, membres, touristes, salons, demandes Internet et téléphoniques; en appui à une importante campagne promotionnelle pour le vélo en région. Environ une quarantaine d'annonceurs y participent.

Carte routière officielle 2010-2011(imprimée pour 2 ans)

Conception et distribution : 240 000 copies (190 000 en fr. – 50 000 en angl.) distribuées dans les bureaux d'information touristique des Cantons-de-l'Est, membres, touristes, salons, demandes Internet et téléphoniques. Commentaire : trois partenaires majeurs soit les 3 routes signalisées : Route des vins, Chemin des Cantons et Route des Sommets. Trente-deux (32) partenaires ont participé à ce projet.

RELATIONS AVEC LA PRESSE

Nous avons participé à 6 bourses médias :

- 2 bourses médias à Montréal les 22 avril et 28 octobre 2010, les ATR associées du Québec
- Lunch de presse organisé par Destination Québec à Toronto le 20 mai 2010
- Go Média Canada à Toronto du 23 au 26 août 2010, Commission canadienne du Tourisme
- Discover Québec à Toronto le 13 octobre 2010, Destination Québec à Toronto
- Rencontre médias à New York le 10 novembre 2010, Destination Québec à New York
- Congrès de TMAC (Travel Media Association of Canada) du 10 au 12 mars 2011 à Ottawa

Nous avons organisé les activités suivantes :

- 9 conférences de presse régionales
- 62 tournées de presse pour 115 journalistes provenant de 6 pays
- Assisté des équipes de tournage dans la planification de leur séjour
- Répondu à des centaines de demandes de journalistes et chroniqueurs
- Participé à plusieurs émissions de radio et de télévision
- Utilisé Twitter et Facebook pour transmettre l'information

Nous avons reçu les journalistes suivants :

- 47 du Québec, 29 du Canada, 26 des États-Unis, 4 de France, 1 Australie, 7 du Japon et 1 d'Italie pour un total de 115
- Plus de 325 articles publiés dans des journaux et magazines à l'extérieur de la région, un nombre croissant d'articles sur Internet (375) et plus de 400 articles publiés dans les 3 quotidiens des Cantons-de-l'Est
- Valeur éditoriale 10,5 M \$

QUELQUES STATISTIQUES

En 2009, plusieurs facteurs nous avaient malmenés : une météo exécrable, une crise économique mondiale après une chute de la bourse drastique et finalement, une pandémie de grippe annoncée comme mortelle et mondiale. En d'autres mots on s'attendait presque à l'apocalypse. 2010 a été beaucoup plus calme et la météo aidant, nous avons eu droit à une année plus faste.

Le nombre de chambres louées et disponibles a augmenté en 2010 de 2.9 % et nos tarifs moyens sont stables, ce qui nous situe en plein sur la moyenne québécoise. L'augmentation importante de résidences de tourisme et de résidences secondaires en location commerciale particulièrement via Internet, continue d'être une situation préoccupante, mais une nouvelle loi est entrée en vigueur en janvier 2011 et devrait aider à gérer la situation. Cependant il y a quelques petits soucis d'adaptation dans des secteurs comme Sutton où la grande majorité des hébergements se retrouvent en RT. Du côté des campings, il semble que l'été a été excellent, à l'image de la météo. Dans les attractions, 2010 fut une excellente saison, comme dans les festivals d'ailleurs.

Période 2006 – 2009 COMPARAISON CANTONS-DE-L'EST – ENSEMBLE DU QUÉBEC TOUS LES MARCHÉS CONFONDUS VISITES-PERSONNES, NUITÉES, RECETTES TOTALES EXCURSIONNISTES ET TOURISTES – BASE : 40 KM										
FACTEURS	2006		2007		2008		2009		VARIATION 2006 - 2009	
VISITES-PERSONNES	Cantons-de-l'Est	Le Québec	Cantons-de-l'Est	Le Québec						
Québécois	5 684 000	54 240 000	6 012 000	54 148 000	6 059 000	55 962 000	7 335 000	59 716 000	+ 29,1 %	+ 10,1 %
Canadiens hors Québec**	59 000	4 989 000	155 000	5 099 000	55 000	4 414 000	109 000	4 700 000	+84,8 %	- 5,8 %
Américains**	510 700	4 072 400	397 900	3 760 100	366 500	3 380 400	275 800	3 120 500	- 46,1 %	- 23,4 %
Outre-mer**	60 600	2 461 300	42 300	2 505 200	55 700	2 651 900	40 800	2 315 900	- 32,7 %	- 5,9 %
TOTAL	6 314 300	65 762 700	6 607 200	65 512 300	6 536 200	66 408 300	7 760 600	69 852 400	+ 22,9 %	+ 6,3 %
NUITÉES										
Québécois	4 266 000	50 544 000	5 170 000	48 992 000	4 959 000	50 031 000	5 456 000	50 147 000	+ 27,9 %	- 0,08 %
Canadien hors Québec	191 000	9 293 000	452 000	10 288 000	145 000	9 187 000	373 000	8 603 000	+95,3 %	- 7,5 %
Américains	355 700	7 778 900	280 900	7 158 500	372 800	6 987 600	268 100	6 450 300	- 24,7 %	- 17,1 %
Outre-mer	309 100	12 311 700	169 200	11 925 300	290 200	13 833 600	185 000	12 734 200	- 40,2 %	+ 3,5 %
TOTAL	5 121 800	79 927 600	6 072 100	78 363 800	5 767 000	80 039 200	6 282 100	77 934 500	+ 22,7 %	- 2,5 %
RECETTES M \$*										
Québécois	476 603 000	5 039 062 000	479 215 000	5 171 632 000	522 515 000	5 490 944 000	575 735 000	5 500 340 000	+ 20,8 %	+ 9,2 %
Canadien hors Québec	16,815 000	1 170 841 000	26,285 000	1 153 726 000	13 843 000	1 013 727 000	30,585 000	1 113 127 000	+ 81,9 %	- 4,9 %
Américains	53,472 000	1 264 404 800	39,698 000	1 205 959 400	37 485 000	1 107 554 000	26,583 000	1 017 385 000	- 50,3 %	- 19,6 %
Outre-mer	26,391 000	1 028 118 400	16,222 000	1 048 868 000	20 200 000	1 235 322 800	18,638 000	1 082 232 000	- 29,4 %	+ 5,3 %
TOTAL	573 281 000	8 502 426 200	561 820 000	8 580 085 400	594 043 000	8 847 547 800	651 541 000	8 713 084 000	+ 13,7 %	+ 2,5 %
Durée moyenne de séjour	0,81 nuit	1,22 nuit	0,92 nuit	1,20 nuit	0,88 nuit	1,21 nuit	0,81 nuit	1,17 nuit	--	- 4,1 %
Dépense/séjour (\$)	90,65 \$	129,29 \$	85,03 \$	130,96 \$	90,88 \$	133,23 \$	83,95 \$	124,73 \$	- 7,6 %	- 3,6 %
Dépense journalière (\$)	111,92 \$	106,37 \$	92,52 \$	108,57 \$	103,00 \$	110,54 \$	103,72 \$	111,80 \$	- 7,4 %	+ 5,1 %
Visiteurs/jour	17 300	180 171	18 101	179 485	17 900	181 940	21 261	191 376	+ 22,9 %	+ 6,3 %
Moyenne de nuitées par jour	14 032	218 979	16 635	214 695	15 800	219 285	17 211	213 519	+ 22,7 %	- 2,5 %

Source : Statistique Canada (données révisées)

* Seules les dépenses des visiteurs sont incluses...ne comprend pas les dépenses du point d'origine

** Compilation en vertu des visites-MRC

*** Aussi un facteur de performance commerciale démontrant la capacité d'un territoire touristique de faire dépenser un touriste durant une période de 24 heures

Évolution de l'hôtellerie pour les Cantons-de-l'Est et le Québec de 2004 à 2010

Région	Année	Nbre de chambres	Nbre chambres louées	Taux d'occ.	Prix moyens
C-D-E	2004	4 191	1 626	38,8 %	90,90 \$
	2006	3 991	1 527	38,1 %	94,76 \$
	2007	3 786	1 507	39,6 %	94,80 \$
	2008	3 788	1 513	39,7 %	106,87 \$
	2009	3 732	1 413	37,7 %	109,41 \$
	2010	3 802	1 454	38,1 %	109,50 \$
Var.09-10		1,9 %	2,9 %	0,4 écart	0,1 %
Le Québec	2004	74 468	38 122	51,2 %	105,00 \$
	2006	75 630	38 617	50,7 %	114,45 \$
	2007	76 096	38 929	50,8 %	117,83 \$
	2008	77 204	39 549	50,9 %	121,38 \$
	2009	77 095	37 312	48,1 %	115,78 \$
	2010	76 335	38 402	50,0 %	115,78 \$
Var.09-10		1,0 %	2,9 %	1,9 écart	0 %

MINISTÈRE DU TOURISME ET DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE CANADA : DES PARTENARIATS GOUVERNEMENTAUX ESSENTIELS

Ministère du Tourisme

À l'instar de l'ensemble des Associations touristiques régionales du Québec, Tourisme Cantons-de-l'Est a renouvelé, en 2011, son entente de partenariat d'une durée de trois ans avec la ministre du Tourisme madame Nicole Ménard, d'un montant total de 1,578 M \$. Malheureusement celle-ci ne comporte aucune indexation, mais étant donné le contexte budgétaire gouvernemental, nous considérons que l'effort est notable.

Cette entente fait de notre Association l'interlocutrice privilégiée du ministère du Tourisme et du gouvernement du Québec pour notre région, en ce qui concerne le tourisme dans les Cantons-de-l'Est. Cette reconnaissance mutuelle fait de Tourisme Cantons-de-l'Est le maître d'œuvre en ce qui a trait à la promotion et au développement touristique de la région. La politique québécoise d'accueil et de renseignements touristiques, l'application des règles de la signalisation touristique et le développement de l'offre sont réalisés en concertation avec le ministère du Tourisme et les acteurs régionaux concernés.

Développement économique Canada

Notre entente pour la commercialisation hors Québec avec Développement économique Canada (2009-2012 a été renouvelée il y a deux ans), grâce à l'appui du nouveau ministre au Développement économique du Canada, Denis Lebel. Nous devrons renégocier cette entente en cours d'année. Notre stratégie de promotion touchant l'Europe était traitée via un partenariat de trois ATR, le « Québec du Sud » qui a été aboli en 2009. Nous explorons d'autres possibilités, sur deux axes principalement : un partenariat avec Montréal et un nouveau club d'exportateur.

LA POLITIQUE DES LIEUX D'ACCUEIL

Le réseau des lieux d'accueil

Le comité régional d'accueil se rencontre de façon statutaire trois fois par année pour coordonner les efforts d'accueil en région. Le réseau sur notre territoire comprend cinq BIT (Bureaux d'information touristique), 14 BAT (Bureaux d'accueil touristique) et quatre RIT (Relais d'information touristique, sans personnel) pour un total de 23 lieux d'accueil. Les lieux d'accueil ont effectué en 2010 un total de 102 969 actes de renseignements*; une légère hausse de 1,6 % sur l'année précédente. L'accueil personnalisé a toujours sa place et la remontée de la fréquentation depuis trois ans en témoigne. Cependant, une réflexion sur la diversification des activités des lieux d'accueil est en cours. Le projet pilote de vente de produits régionaux tenu dans les bureaux touristiques a connu un succès en 2010 grâce à la participation de 20 producteurs Créateurs de Saveurs et huit lieux d'accueil. En plus de faire découvrir, de promouvoir et de mettre en valeur les produits agroalimentaires de chez nous, ce concept permet une grande accessibilité aux produits régionaux tant pour les touristes que les citoyens. De plus, à l'été 2010, la Caravane du Goût qui fait la promotion de la consommation d'aliments régionaux. Ce projet, impliquant CIBLE, TCE, MAPAQ et CRÉ se poursuit en 2011, et ce, dans neuf bureaux touristiques dont un nouveau; le BAT de Waterloo.

Actes de renseignements – lieux d'accueil

	2008	2009	2010
Lieux permanents	68 584	82 989	78 178
Lieux saisonniers	18 841	18 355	24 791
Total	87 425	101 344	102 969

* Puisque les données du BAT de Granby n'étaient pas disponibles, nous avons effectué une moyenne des actes de renseignements de 2008 et 2009 pour ce bureau.

Passe VIP pour les préposés

Depuis l'été 2007, la passe VIP est offerte à tous les employés du réseau d'accueil permettant ainsi de stimuler la visite des attraits de notre région lors de leurs journées de congé afin qu'ils connaissent davantage nos produits. En 2010, 46 entreprises touristiques ont participé au projet dont trois restaurants.

Information touristique de Tourisme Cantons-de-l'Est

Plusieurs services sont en place pour répondre aux demandes d'information touristique : le centre d'appels du ministère du Tourisme répond pour nous aux demandes d'information touristique téléphoniques depuis maintenant cinq ans, notre site Internet et les demandes de documentation via différentes sources de courriel. Les appels téléphoniques et les demandes via Internet sont en baisse au profit de la visite Internet tel que l'illustre le tableau ci-bas :

	2007	2008	2009	2010	Variation % 2009-2010
Demande via Internet	5 934	5 105	4445	3426	- 22.9%
Appels téléphoniques	7 988	5 843	3824	3647	- 4.6%
Visites Internet	742 917	804 240	766 137	806 661	+ 5.3%

GRANDS PRIX DU TOURISME

Bien que l'édition nationale des Grands Prix du tourisme ait fait une pause en 2010 pour repenser les façons de valoriser et reconnaître l'excellence touristique québécoise, notre conseil d'administration a décidé de maintenir l'édition régionale du concours. Tourisme Cantons-de-l'Est a donc couronné les lauréats de la 26^e édition des Grands Prix du tourisme Desjardins des Cantons-de-l'Est lors d'une soirée gala animée par Véronique Saumure le 12 avril dernier. Près de 200 personnes assistaient à la remise de prix qui s'est déroulée au Théâtre Granada à Sherbrooke. Cette année, 27 dossiers ont été déposés et 14 lauréats régionaux ont été honorés en plus du coup de cœur du jury.

Nos lauréats régionaux sont :

<i>Hébergement – Établissements 1 à 3 étoiles</i>	Auberge des Appalaches
<i>Hébergement – Résidences de tourisme</i>	Les Résidences de Tourisme du Val-Saint-François
<i>Hébergement – Gîtes</i>	La Chocolatière d'Hatley B&B
<i>Hébergement – Campings</i>	Domaine des Cantons
<i>Hébergement – Pourvoiries</i>	Au Diable Vert « Station de Montagne »
<i>Écotourisme et tourisme d'aventure</i>	Auberge Andromède
<i>Restauration – Développement touristique</i>	La Ruée vers Gould
<i>Attractions touristiques – moins de 100 000 visiteurs</i>	Musée des beaux-arts de Sherbrooke
<i>Festivals et événements touristiques – budget d'exploitation de moins de 1 M\$</i>	Festival des traditions du monde de Sherbrooke
<i>Festivals et événements touristiques – budget d'exploitation de 1 M\$ ou plus</i>	Fête des vendanges Magog-Orford
<i>Agrotourisme et produits régionaux</i>	Verger Champêtre
<i>Activités de plein air et de loisir</i>	Les Sentiers de l'Estrie
<i>Services touristiques</i>	Bureau d'information touristique du Val-Saint-François
<i>Tourisme durable</i>	Rose des Champs
<i>Prix coup de cœur du jury</i>	La Route des Sommets (CLD de la MRC du Granit)

SIGNALISATION TOURISTIQUE

La gestion quotidienne de la signalisation touristique est assumée par ATR associées depuis 2005. Tourisme Cantons-de-l'Est continue cependant de s'impliquer dans le processus de sélection ainsi qu'au niveau de la représentation des membres dans les cas litigieux. Les critères de sélection, dont certains sont dorénavant uniformes pour l'ensemble des régions touristiques, ont été revus et bonifiés à la lumière d'une étude effectuée par Tourisme Québec. Un grand nombre d'entreprises sont signalisées dans la région : 148 entreprises touristiques (en baisse sur l'an dernier), 26 entreprises de restauration et postes d'essence et 5 itinéraires cyclables (en hausse) détiennent une signalisation touristique dans les Cantons-de-l'Est.

RESSOURCES HUMAINES

Formation estivale aux préposés à l'accueil

Comme à chaque année, nous avons fait une tournée de formation auprès des employés(es) travaillant dans le réseau des lieux d'accueil durant l'été afin de les familiariser avec l'éthique d'accueil, le guide touristique régional, les cartes et les nouveautés. Un total de 45 préposés à l'accueil répartis en 6 occasions ont bénéficié de ce service.

AUTRES SERVICES AUX MEMBRES

Bulletin aux membres

Un bulletin d'information est acheminé aux membres par courriel depuis le mois d'octobre 2004. Il présente les informations les plus récentes et les services de Tourisme Cantons-de-l'Est. En 2010, 5 bulletins ont été réalisés.

Centre Infotouriste / Présentoirs régionaux

En 2010, 40 membres ont utilisé les services de l'un ou l'autre des sept Centres Infotouriste du Québec pour afficher leurs dépliants promotionnels. Depuis l'été 2007, Tourisme Cantons-de-l'Est opère un service de présentoirs régionaux dans les 5 BIT de la région permettant la diffusion des dépliants de 79 de nos membres à l'été 2010 et de 36 membres à l'hiver 2010-2011.

Distribution des outils d'information de Tourisme Cantons-de-l'Est

Depuis l'été 2008, nous avons amélioré le service de distribution de nos outils d'information auprès de nos membres. À l'été 2010, 322 membres ont utilisé nos éditions pour mieux informer leur clientèle des attractions et services touristiques de notre région. Les quantités diffusées auprès de nos membres sont les suivantes :

<i>Guide touristique régional :</i>	107 400 copies
<i>Carte touristique :</i>	97 691 copies
<i>Carte vélo :</i>	71 590 copies
<i>Cartes coupons rabais :</i>	65 455 copies

ATR ASSOCIÉES DU QUÉBEC

Cette organisation constitue, en quelque sorte, la fédération québécoise des 22 ATR du Québec et coordonne avec nous certains dossiers qui concernent l'ensemble des régions touristiques du Québec. Notre présidente, madame Jocelyna Dubuc et le directeur général y siègent. Les ATR du Québec regroupent plus de 10 000 entreprises et organismes touristiques québécois et gèrent des budgets de 89 M \$ par an, dont 64 % proviennent des entreprises et des milieux. ATR Associées du Québec, nous représente à l'Association québécoise de l'industrie touristique du Québec(AQIT).

C'est à cette table des ATR Associées du Québec par exemple, que nous préparons la proposition de renouvellement du protocole que nous signons avec le ministère du Tourisme.

C'est aussi à cette table que nous révisons à chaque année, les normes de collection des guides régionaux, de même que les normes de la signalisation touristique. Une évaluation annuelle des guides et des Grands prix y est réalisée en relation avec le ministère du Tourisme. Ce sont les ATR associées qui gèrent maintenant les Grands prix nationaux pour les volets concours et gala.

C'est également avec ce regroupement que nous évaluons certains grands enjeux du Québec touristique : la classification hôtelière, les ententes de signalisations touristiques, les modifications réglementaires gouvernementales concernant l'industrie touristique, certains partenariats avec le privé concernant entre autres, les commandites nationales. C'est aussi les ATR associées du Québec qui organisent le tournoi de golf annuel de l'industrie, lequel se tiendra chez nous à Bromont en 2012.

En 2008-2009, nous avons mené, conjointement avec le ministère du Tourisme, une évaluation des impacts de la taxe d'hébergement sur l'industrie québécoise du tourisme : retombées, mode organisationnel, structuration de l'offre, force promotionnelle, professionnalisme et stabilité des ressources humaines. Les résultats sont dans l'ensemble positifs, mais un constat est fait quant à l'effort d'intégration entre les différents partenaires qu'il faut maximiser. Toutes les questions des relations gouvernementales et d'affaires avec le gouvernement du Québec, le renouvellement du projet de commercialisation internationale avec le DEC ont été prédominantes au cours de la dernière année.

Plan d'action 2011-2012

VIE DÉMOCRATIQUE

- Continuer à sensibiliser nos milieux et nos membres au contenu de notre plan de développement, de nos plans d'action en regard avec les résultats du Centre Mondial d'Excellence des Destinations (CED), dans le cadre de « l'UNIVERS DE LA MARQUE » et du colloque d'avril 2011.
- Recruter de nouveaux membres

ACCUEIL ET INFORMATION

- Poursuivre la mise en place du projet de vente de produits du terroir identifiés « *Créateurs de saveurs* » dans notre réseau d'accueil touristique en collaboration avec les partenaires : MAPAQ, CIBLE et CRÉ
- Concevoir une collection originale de vêtements pour le personnel d'accueil
- Uniformiser l'utilisation de la plateforme Bonjourquebec.com pour la prise de statistiques des lieux d'accueil

MARKETING ET DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS 2010-2011

Tout en étant très vigilant sur la pertinence et l'efficacité de nos interventions marketing, nous poursuivons nos efforts.

- Appliquer le plan de marketing et de communication tel qu'adapté dans l'Univers de la marque
- Appuyer et soutenir nos membres pour l'application de la marque Cantons-de-l'Est
- Réorganiser les ressources humaines en fonction du développement d'Internet
- Investir en recherche pour améliorer nos connaissances sur les marchés, les clientèles et les tendances
- Poursuivre le développement du tourisme d'affaires et congrès
- Développer les clientèles internationales à partir de la porte d'entrée Montréal
- Explorer la possibilité de relancer l'exploration des marchés européens traditionnels
- Renégocier l'entente à l'exportation avec DEC

INTERNET

- Augmenter les offres commerciales sur notre site
- Finaliser l'évaluation de la question de la réservation en ligne

RELATIONS DE PRESSE

- Poursuivre le renforcement des liens avec les médias de la Nouvelle-Angleterre et du marché canadien-anglais au moyen de lunchs médias et d'infolettres (3 fois l'an)
- Augmenter notre présence sur les médias sociaux et notre site Web 2.0
- Développer des contacts avec les médias ethniques de Montréal
- Continuer la mise à jour des guides internationaux, publications et Internet
- Élargir et maintenir à jour la base de données des journalistes

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

- Assurer le suivi des projets subventionnés par le FDOT et entreprendre la négociation de nouvelles ententes avec les partenaires pour la réalisation de notre nouveau plan d'action intégré
- Poursuivre la réalisation du plan de développement et de commercialisation de la randonnée pédestre et amorcer sa mise en œuvre
- Poursuivre notre plan d'action en tourisme gourmand, notamment le partenariat avec CIBLE sur la commercialisation des produits du terroir et la mise en place d'une bannière « Cafés de village »
- Maintenir une présence de TCE au sein des comités de gestion des trois routes signalisées
- Amorcer des actions en développement durable
- Valider l'orientation de la région concernant le leadership estrien en viticulture

SERVICES AUX MEMBRES

- Soutenir la valorisation des ressources humaines par une série de moyens adaptés à la réalité de nos entreprises

ACTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES AUX RECOMMANDATIONS DU CED ET EN SUIVI DU COLLOQUE TOURISME DURABLE ET ART DE VIVRE :

CHANTIERS DÉJÀ ACTIFS

1. Tourisme gourmand. Chantier lancé en 2010, 500 K \$ / 3 ans
 - Créateurs des Saveurs : structuré, financé, partenariats attachés
 - Café de village : structuré, lancé en avril 2011
 - Plats et vins identitaires
 - Événements identitaires
 - Augmenter l'offre des boissons locales dans les restos et auberges
2. Randonnée pédestre. Chantier lancé en 2009, à compléter
3. Stratégies sur la marque « Cantons » comme moteur de développement
 - Auprès des membres
 - Auprès des autres acteurs de la région (FQM, MRC)
 - Réflexion sur l'identité / appellation « Estrie-Cantons »
4. Sensibiliser la région et les partenaires au positionnement « art de vivre »
5. Promouvoir la charte et le guide de bonnes pratiques du Comité des paysages. Appuyer l'Alliance québécoise.
6. Optimiser l'offre des 3 routes touristiques (cantons-vins-sommets)

CHANTIERS PRIORITAIRES

1. Mettre à jour le plan régional de développement, y aligner les plans de la CRÉ-Estrie et de la Montérégie-Est; y intégrer les chantiers en cours et émergents relatifs à la marque et l'art de vivre, les recommandations du CED et les chantiers lancés suite au Colloque tourisme durable et art de vivre, NOTAMMENT la planification des chantiers sur le tourisme durable, déjà identifiés :
 - Le projet de revitalisation des villages et quartiers (piétonniers-stationnements-cœurs villageois animés)
 - Le projet pilote de plantation de fleurs sur autoroutes
 - La certification écoresponsable des établissements
 - Le projet pilote pour la navigation plus écologique
 - Notre stratégie RH auprès des entreprises
 - L'observatoire du développement durable
 - Notre approche de soutien auprès des communautés pour l'augmentation des aires protégées (Hereford, Ham)
 - Implantation d'un parc de récupération de CO₂ du CED et TCE
 - L'inscription au modèle de tourisme durable (ONU-OMT) : TRAVEL FOREVER, Global Sustainable Tourism Council ou au National Geographic Center for sustainable destination
2. Relancer le FDOT avec le MTO et les partenaires régionaux
3. Relancer l'option d'un fonds spécial de la ministre, pour les chantiers pour le tourisme durable
4. Présentation du positionnement art de vivre et DD au niveau national.

Budget prévisionnel 2011-2012

2011-2012

PRODUITS

Ministère du Tourisme	526,719 \$
D.E.C. (Soutien à l'exportation)	540,000 \$
Taxe sur l'hébergement	1 000,000 \$
Contributions du milieu	1,465,000 \$
	<hr/>
	3,531,719 \$

CHARGES

Fonctionnement	511,900 \$
Marketing	2,468,000 \$
Accueil, information et développement	546,800 \$
	<hr/>
	3,526,700 \$

EXCÉDENT (INSUFFISANCE) DES PRODUITS SUR LES CHARGES 5,019 \$

Comités et équipe de Tourisme Cantons-de-l'Est

Membres du Conseil d'administration

Comité exécutif

- * Jocelyna Dubuc, *présidente* (Spa Eastman)
- * Sylvain Gauthier (Delta Sherbrooke)
- * Élaine Plamondon (SkiBromont.com)
- * Line Brault (CLD Brome-Missisquoi)
- * Joanne Lalumière (Zoo de Granby)
- * Éric Lessard (Parc national de Frontenac)
- * Lucie Gingras (Manoir des Sables Hôtel & Golf)

Administrateurs

- * Marc Cantin (CLD MRC des Sources)
- * Jacynthe Ferland (CLD Val-Saint-François)
- * Nil Longpré (CLD Granit)
- * Francine Bergeron (Au Chant du Coq B&B)
- * Alain Deschâtelets (Tourisme Sherbrooke)
- * Marianne Dandurand (CLD Coaticook)
- * Sylvie Vandal (CommercETourisme Granby_région)
- * Jean-Paul Scieur (Vignoble Le Cep d'Argent)
- * Jocelyn Jussaume (CLD Memphrémagog)
- * Pierre Thérien (Hôtel-Condôs Le Montagnard)
- * Sara Line Laroche (Association touristique et culturelle de Dudswell)
- * Julie Zeitlinger (Au Diable Vert, station de montagne)
- * Brigitte Marchand (coopté – Parc national du Mont Orford)
- * Jean-Claude Thibault (coopté – RAPPEL)

La présidente et le directeur général peuvent siéger sur tous les comités

Comité marketing

- * Jocelyna Dubuc (Spa Eastman)
- * Pierre Poulin (Delta Sherbrooke)
- * Lucie Gingras (Manoir des Sables Hôtel & Golf)
- * Élaine Plamondon (SkiBromont.com)
- * Réal Viens (Hôtellerie Jardins de ville)
- * Julie Zeitlinger (Au Diable Vert, station de montagne)
- * Sylvain Bélar (Développement économique Canada)
- * Francine Patenaude (Tourisme Cantons-de-l'Est)

Comité régional politique d'accueil

- * Émilie Bédard (BAT Lac-Mégantic)
- * Annie Plamondon (BIT de Danville)
- * Marc Cantin (CLD MRC des Sources)
- * Alain Deschâtelets (Tourisme Sherbrooke)
- * Jacynthe Ferland (CLD Val-Saint-François)
- * Louise Gauvin (BIT Sherbrooke)
- * Danielle Jobin (BIT Magog)
- * Jocelyn Jussaume (CLD Memphrémagog)
- * Nil Longpré (CLD Granit)
- * Brigitte Messier (BAT Cowansville)
- * Marianne Dandurand (CLD Coaticook)
- * Francine Jolin (CommercETourisme Granby_région)
- * Sylvie Vandal (CommercETourisme Granby_région)
- * Caroline Couture (Ville de Bromont)
- * Lyn Ouellet (BAT Waterloo)
- * Marie Amyot (BAT Sutton)
- * Marie-France Bourdages (Tourisme Cantons-de-l'Est)
- * Annabelle St-Laurent (Tourisme Cantons-de-l'Est)

Comité ski

- * Élaine Plamondon (SkiBromont.com)
- * Nadya Baron (Ski Sutton)
- * Ken Rourke-Frew (Développement Owl's Head)
- * Louise Faucher (Station touristique du Mont-Orford)
- * Francine Patenaude (Tourisme Cantons-de-l'Est)
- * Julie Desmarais (Tourisme Cantons-de-l'Est)

Club aviseur Affaires et Congrès

- * Didier Rabette (Château Bromont)
- * Carole Imbleau (Manoir des Sables)
- * Jacques Michaud (Auberge & Spa West Brome)
- * Pierre Poulin (Delta Sherbrooke)
- * Julie Desmarais (Tourisme Cantons-de-l'Est)

FDOT Comité de gestion

- * Jocelyna Dubuc (Spa Eastman)
- * Jocelyne Jacques (Ministère de la Culture, Communications et Condition féminine)
- * Marie-Hélène Wolfe (CRÉ-Estrie)
- * Nathalie Ward (CRÉ-Montérégie Est)
- * Pierre Dagenais (Tourisme Sherbrooke)
- * Pierre Poulin (Ministère des Affaires municipales et régions)
- * Sonia Carignan (Ministère du Tourisme)
- * Marie-France Bourdages (Tourisme Cantons-de-l'Est)

Table vélo élargie

- * Guylaine Beaudoin (CLD Brome-Missisquoi)
- * Andrée-N. Aloir (CLD Brome-Missisquoi)
- * Marc Cantin (CLD MRC des Sources)
- * Jacynthe Ferland (CLD Val-Saint-François)
- * Nil Longpré (CLD Granit)
- * Bertrand Turcotte (Corridors verts de la région d'Asbestos)
- * Éloïsa Giusti (CommercETourisme Granby_région)
- * Marianne Dandurand (CLD Coaticook)
- * Hélène Vandenberghé (Tourisme Sherbrooke)
- * Louise Héroux (Conseil Sport Loisir de l'Estrie)
- * Paul Beaudoin (Corporation de gestion CHARMES)
- * Annie Béliveau (Parc national du Mont-Orford)
- * Éric Bourgault (Sentier récrétouristique du Val-Saint-François)
- * Mélanie Désautels (MRC Memphrémagog)
- * Claude Gosselin (CARTHY)
- * Harry Isbrucker (Sentier nature Tomifobia)
- * Doris Laverdière (Corridors verts de la région d'Asbestos)
- * Éveline Ménard (Comité Pro-Piste)
- * Christiane Plante (Parc national de la Yamaska)
- * Nathalie Provencier (CLD Memphrémagog)
- * Denis Rancourt (Ministère des Transports – vélo)
- * Marie-France Bourdages (Tourisme Cantons-de-l'Est)

Équipe de Tourisme Cantons-de-l'Est

Administration

- * Alain Larouche, directeur général
- * Joyce Emond, adjointe de direction
- * Pauline Boucher, responsable de la comptabilité

Marketing

- * Francine Patenaude, directrice du marketing
- * Julie Desmarais, coordonnatrice ventes et marketing
- * Danielle Longchamps, coordonnatrice de l'édition
- * Marie-Claude Vidal, assistante – coordonnatrice ventes et marketing
- * Maude Blanchet, assistante – coordonnatrice ventes et marketing
- * Michèle Breton, assistante – coordonnatrice ventes et marketing
- * Danie Béliveau, responsable des relations de presse
- * Dominique Labonté, webmestre

Développement de l'offre, de l'accueil et des services aux membres

- * Marie-France Bourdages, directrice du développement de l'offre, de l'accueil et des services aux membres
- * Elissa Bergeron, agente de développement
- * Annabelle St-Laurent, agente de développement
- * Susy O'Malley, secrétaire-réceptionniste
- * Monique Lallier, chargée de projet vélo
- * Micheline Côté, chargée de projet Café de village
- * Éric Bourgault, chargé de projet Randonnée pédestre