Livre blanc – Cartes-cadeaux de destination

Oct 9, 2026 · @Anne-Marie

Sommaire exécutif

Une carte-cadeau de destination attire les visiteurs, les guide vers les commerces locaux et prouve, chiffres à l'appui, les retombées des efforts de marketing touristique.

Les organisations touristiques doivent faire plus avec moins. Elles doivent attirer des visiteurs, répartir les retombées entre tous les commerces de leur territoire et démontrer leur impact à leurs bailleurs de fonds. Pourtant, elles disposent rarement de données fiables sur les dépenses réelles des visiteurs.

Ce livre blanc présente les huit principaux défis des organisations touristiques et montre comment le programme de cartes-cadeaux de destination de Hello répond à chacun. La carte est acceptée chez les commerces participants sans intégration technique. Elle génère des données de dépenses en temps réel et devient un outil de marketing, de fidélisation et de distribution d'incitatifs.

Les 8 défis des organisations touristiques

Offices de tourisme, associations touristiques régionales et organismes de gestion de destination (OGD) font face aux mêmes défis, peu importe leur taille.

1. **Démontrer leurs retombées économiques.** Financées par des fonds publics, une taxe sur l'hébergement ou des cotisations, ces organisations doivent prouver que leurs campagnes génèrent des dépenses réelles. Elles disposent pourtant rarement de données concrètes.
2. **Répartir les retombées entre tous les commerces.** Les dépenses se concentrent sur quelques attraits vedettes. L'organisation doit pourtant offrir de la visibilité à tous les commerces de son territoire, y compris les plus petits.
3. **Prolonger les séjours.** Beaucoup de visiteurs viennent pour une seule activité et repartent le jour même. Chaque excursion transformée en séjour multiplie les dépenses dans la région.
4. **Atténuer la saisonnalité.** Une haute saison achalandée alterne avec des périodes creuses difficiles pour les commerces et leurs employés.
5. **Mieux connaître les visiteurs.** Les organisations savent souvent combien de visiteurs viennent, mais pas où ils dépensent ni ce qu'ils achètent.
6. **Encourager les visites répétées.** Attirer un nouveau visiteur coûte cher. Le faire revenir est plus rentable, mais difficile à provoquer.

7. **Distribuer des incitatifs simplement.** Programmes de relance, concours, forfaits : gérer ces incitatifs avec des bons papier ou des coupons est lourd et peu traçable.
8. **Composer avec des ressources limitées.** De petites équipes ne peuvent pas gérer un programme complexe ni intégrer chaque commerce sur le plan technique.

La solution : la carte-cadeau de destination Hello

La carte-cadeau de destination Hello est une carte prépayée Visa aux couleurs de votre destination. Elle est acceptée uniquement chez les commerces participants, ce qui garantit que chaque dollar profite à votre territoire.

Elle fonctionne en quatre temps :

1. **Vous lancez le programme.** La carte porte le nom, l'image et les couleurs de votre destination. L'équipe canadienne de Hello vous accompagne de la conception au lancement.
2. **Les commerces s'inscrivent.** Ils remplissent un formulaire en ligne personnalisé à votre programme et conçu par Hello. La carte fonctionne avec les terminaux de paiement qu'ils utilisent déjà, sans équipement ni formation.
3. **Les visiteurs reçoivent ou achètent la carte.** Selon votre programme, elle peut être vendue en ligne, en personne ou les deux. Elle peut aussi être offerte en cadeau, intégrée à un forfait ou remise dans le cadre d'une campagne.
4. **Les visiteurs dépensent dans vos commerces.** Chaque transaction est enregistrée. Vous suivez les ventes, les soldes et les dépenses par commerce dans des rapports en temps réel.

Résultat : chaque dollar chargé sur la carte reste dans votre économie locale, et vous savez exactement où il a été dépensé.

Défi par défi : comment le programme y répond

Le programme répond aux huit défis avec un seul outil, sans ajouter de charge à votre équipe ni à vos commerces.

Défi	Ce que fait la carte	Bénéfice pour l'organisation
Démontrer les retombées	Enregistre chaque transaction, par commerce et par période	Des résultats chiffrés à présenter aux bailleurs de fonds, aux partenaires et aux élus

Défi	Ce que fait la carte	Bénéfice pour l'organisation
Répartir les retombées	N'est acceptée que chez les commerces participants	Les visiteurs découvrent des commerces au-delà des attraits vedettes
Prolonger les séjours	Offre un montant préchargé à dépenser sur place	Une raison concrète d'explorer davantage et de rester plus longtemps
Atténuer la saisonnalité	Soutient des campagnes, forfaits et promotions ciblés	Des visiteurs attirés pendant les périodes creuses
Connaître les visiteurs	Fournit des rapports de dépenses en temps réel	Des campagnes orientées par des données réelles
Encourager le retour	Laisse un solde ou devient un cadeau à offrir	Une raison de planifier la prochaine visite
Distribuer des incitatifs	Remplace les bons papier par une carte contrôlée	Une distribution rapide, traçable et mesurable
Ressources limitées	Fonctionne sur les terminaux existants, gérée avec Hello	Un lancement sans surcharge pour l'équipe

Trois de ces réponses méritent qu'on s'y attarde.

Des données qui prouvent l'impact. Les organisations touristiques mesurent souvent leur succès en nombre de visiteurs ou en portée de campagne. La carte ajoute une mesure plus forte : les dollars réellement dépensés, commerce par commerce. Ces chiffres renforcent les demandes de financement et les redditions de comptes.

Une visibilité pour chaque commerce. Comme la carte est acceptée partout dans le réseau, chaque commerce participant devient une destination.

Un outil marketing flexible. La même carte peut servir à un forfait d'hébergement, à un concours sur les réseaux sociaux, à une campagne hors saison ou à un programme de relance. Chaque usage est mesurable séparément.

Exemples d'utilisation

Voici cinq façons concrètes d'utiliser la carte. Ces scénarios sont illustratifs et s'adaptent à chaque destination.

Le forfait « séjour découverte ». Un hôtel partenaire remet une carte de 50 $ à chaque client qui réserve deux nuits. Les clients la dépensent dans les restaurants et les boutiques du centre-ville. L'organisation mesure les dépenses générées par le forfait.

La campagne hors saison. En novembre, l'organisation offre une carte aux visiteurs qui séjournent en semaine. Les commerces profitent d'un achalandage supplémentaire pendant une période creuse.

Le concours sur les réseaux sociaux. Des cartes servent de prix à gagner. Contrairement à un prix d'une seule entreprise, la carte profite à tout le réseau de commerces.

Le cadeau corporatif local. Les entreprises de la région achètent des cartes pour leurs employés ou leurs clients. L'argent reste dans l'économie locale, et de nouveaux clients découvrent les commerces.

Le programme d'incitatifs ou de relance. Un gouvernement ou un partenaire finance un incitatif touristique. La carte remplace les bons papier et permet un suivi précis de l'utilisation des fonds.

Mise en place

Le lancement se fait en cinq étapes, avec l'accompagnement de l'équipe canadienne de Hello du début à la fin.

1. **Définir les objectifs.** Ensemble, nous précisons ce que le programme doit accomplir : attirer, prolonger les séjours, soutenir la basse saison, distribuer des incitatifs.
2. **Concevoir la carte.** La carte est créée à l'image de votre destination : nom, couleurs et visuels.
3. **Inscrire les commerces.** Les commerces s'inscrivent en ligne. Aucune installation ni formation n'est requise.
4. **Mettre en place les canaux de vente.** Vente en ligne, points de vente physiques, portail pour les entreprises qui commandent en grande quantité.
5. **Lancer et mesurer.** Les rapports en temps réel permettent de suivre les résultats dès les premières transactions et d'ajuster les campagnes.

Conclusion

La carte-cadeau de destination transforme un défi de marketing en résultat mesurable : plus de visiteurs, plus de dépenses chez vos commerces, et la preuve de votre impact.

Pour les organisations touristiques, elle réunit en un seul outil ce qui exige d'habitude plusieurs initiatives : une offre attrayante pour les visiteurs, une visibilité équitable pour les commerces et des données fiables pour les bailleurs de fonds.

Parlons de votre destination. L'équipe de Hello peut vous présenter le programme et évaluer avec vous la meilleure façon de l'adapter à votre territoire.