



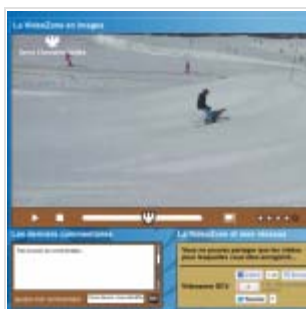
En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :

Édition Janvier 2013

STRATÉGIES ET PRODUITS



Innovations dans les stations françaises

Afin de simplifier la vie des skieurs ou de bonifier leur expérience, plusieurs grandes stations de ski françaises proposent de nouveaux outils technologiques. Voici quelques-unes de ces innovations:

- La [Vidéozone](#): À Serre Chevalier, les skieurs qui empruntent la Vidéozone sont filmés pendant leur descente. Leur performance est mise en vedette sur écran géant au bas de la piste. La vidéo peut être récupérée par le skieur et partagée sur les réseaux sociaux.
- «Dis-moi comment tu skies, je te dirai par où passer»: Au domaine des Trois-Vallées, cette application permet de trouver des pistes qui correspondent à son profil et en regard des remontées mécaniques ouvertes au moment de la requête.
- Suivre ses performances: A Paradiski, une application offre au skieur de colliger les statistiques liées à ses performances de la journée telles que son itinéraire, ses vitesses et la distance parcourue.

En savoir plus +



Partager les bons coups des milieux ruraux

En France, une plateforme Web permettra aux organismes ruraux de partager leurs expériences afin de stimuler l'évolution touristique de ces territoires. L'Agence Nationale pour l'Innovation Rurale et Touristique ([ANIRT](#)) a pour mission de valoriser les atouts touristiques des villes françaises de moins de 5000 habitants.

En savoir plus +



10 000 billets de ski à 10\$

Pour promouvoir le ski dans l'État de New York, plusieurs de ses stations ont participé à la promotion du 10 janvier 2013. Quelque 10 000 billets ont été vendus pour la modique somme de 10 USD chacun donnant accès aux remontées mécaniques de plusieurs stations de New York lors de la seule journée du 10 janvier. Comme il s'agit d'un jeudi, les centres de villégiature espéraient que les acheteurs prolongeraient leur séjour en y intégrant la fin de semaine.

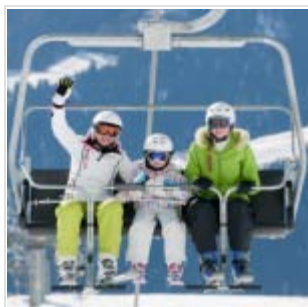
[En savoir plus](#) +



Une expérience de luxe en télécabine

Fauteuils de cuirs chauffants et massants, équipement multimédia intégré (écran, téléphone, lecteur mp3) et coupes de champagne, voilà certains atouts dont dispose la télécabine de luxe BMW de la station autrichienne Hochzillertal. Un forfait «journée de luxe» qui comprend une balade dans cette dernière, un brunch et une période de repos dans un chalet chic est offert à 150 euros pour deux personnes.

[En savoir plus](#) +



Des campagnes marketing qui ont marqué la dernière saison de ski

Une transformation complète d'un ascenseur en gondole de ski, une promotion de dernière minute bien placée, des récompenses pour les internautes les plus influents, une participation des clients au processus publicitaire d'une montagne, toutes les occasions sont bonnes pour se faire voir et entendre ou pour en apprendre davantage sur sa clientèle. Depuis 2004, le magazine Ski Area Management (SAM) passe en revue les bons coups marketing des centres de villégiature en Amérique du Nord. Voici quelques exemples inspirants tirés de cet article qui ont marqué la saison de ski 2011-2012.

[En savoir plus](#) +

BONNES PRATIQUES

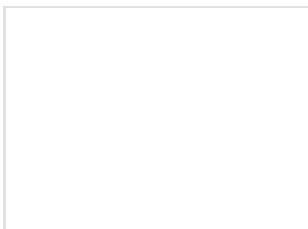


Boîte à outil pour la gestion des revenus

Le magazine ehotelier propose une liste d'outils pour les hôteliers qui cherchent à améliorer et à faciliter la gestion des revenus de leur établissement.

[En savoir plus](#) +

WEB ET NOUVELLES TECHNOS



Un jeu en réalité alternée pour attirer les jeunes en montagne

Le jeu ReWild, conçu pour les 18 à 25 ans, permet de découvrir le territoire alpin français de façon ludique et très actuelle. Ce jeu en réalité alternée implique le recours à plusieurs supports technologiques: site Web, application, codes QR,



messages texte, courriels, réseaux sociaux, cartes interactives, etc. Il propose des quêtes et des énigmes et recourt tantôt à la randonnée pédestre, tantôt au vélo de montagne. Le but de cette innovation consiste à rajeunir la fréquentation des massifs de moyenne montagne en France. Le jeu couvre un très grand territoire: quatre parcs naturels régionaux et cinq villes. ReWild s'est mérité deux récompenses lors des Trophées Innovation et Tourisme 2012 en Rhône-Alpes.

[En savoir plus](#) +



Médias sociaux: collaboration entre les centres de villégiature

Le programme *Ski Vermont: Check In to Win* récompense les visiteurs qui fréquentent les centres de villégiature du Vermont et indiquent leur présence via Foursquare ou Facebook Places. Tous ceux qui le font deviennent éligibles à de nombreux prix. Les chances de gagner augmentent avec le nombre de visites. Ce type de campagne à l'échelle d'un État est une première. L'organisme Ski Vermont cherche ainsi à créer une communauté de skieurs adeptes de ses stations, en plus de donner de la visibilité à ses membres sur les médias sociaux.

[En savoir plus](#) +

GESTION ET RESSOURCES HUMAINES



Six façons d'encourager la collaboration dans votre entreprise

Tirer profit des forces de chacun pour atteindre un but commun avec succès, voilà ce que devrait être le véritable travail d'équipe. Voici les six étapes pour cultiver un environnement de travail de collaboration selon Andrew Field, pdg d'une entreprise d'impression de commerce en ligne:

1. Communiquez les attentes de l'entreprise en matière de collaboration.
2. Élaborez les objectifs d'équipe.
3. Créez une atmosphère de travail favorable à la création.
4. Favorisez la cohésion.
5. Connaissez chacun des membres de l'équipe.
6. Tenez compte des forces de chacun.

[En savoir plus](#) +

TENDANCES ET MARCHÉS

Spas: tendances 2013

Voici quelques-unes des principales tendances qui devraient influencer l'industrie des spas en 2013 selon SpaFinder Wellness:

1. des hôtels qui se positionneront sur la «santé» de façon globale;
2. des massages pour le corps et l'esprit;
3. des concepts basés sur un plus grand contact avec la terre (comme marcher



pieds nus);

4. des «menus beauté» pour homme.

Le rapport complet présentant les dix tendances sera téléchargeable sur le site de [SpaFinder Wllness](#) au cours du mois de janvier 2013.

En savoir plus +



Tourisme sportif: une tendance montante

Le tourisme sportif est l'un des secteurs touristiques dont la croissance est la plus forte. On observe un transfert graduel, depuis quelques années, des vacances à la plage vers des séjours impliquant davantage d'activités sportives. Les jeunes générations de voyageurs démontrent aussi plus d'intérêt que d'autres pour le tourisme sportif. Les destinations misent de plus en plus sur ce créneau. Selon le magazine Hotel & Resort Insider, ces touristes dédiés à un sport bien précis dépensent généralement plus et séjournent plus longtemps que la moyenne des voyageurs. Ce créneau représenterait 14% des voyages et devrait continuer à croître au cours de la prochaine décennie.

En savoir plus +



Les «pistes lentes» se multiplient

Les stations de ski suisses intègrent des pistes pour la descente décontractée plutôt que sportive. Que ce soit pour limiter les collisions ou pour contenter les contemplatifs, ces pistes lentes ou de «zone 30» ne sont pas des pentes pour débutants classiques. Au contraire, elles sont longues et souvent classées «intermédiaires». Elles sont appréciées des familles, des personnes plus âgées ainsi que des écoles de ski. Huit stations suisses disposent d'au moins une piste lente. Certaines stations du Québec en proposent également.

En savoir plus +

PENSER AUTREMENT



Une grande galerie d'art en plein air dans le nord de la Norvège

Une région du nord de la Norvège, qui ne compte pas de musée d'art, accueille 33 œuvres provenant de 18 pays qu'elle intègre judicieusement dans ses paysages grandioses. Le projet international Artscape Nordland consiste à intégrer l'art à la nature. Les spectaculaires sculptures sont dispersées à travers le territoire de 40 000 km².

En savoir plus +

Des stations de ski dans des endroits étonnants

Faire du ski à Dubaï, au Maroc, en Corée du Sud ou encore à Hawaï, c'est tout-à-fait possible! L'offre de sports d'hiver s'étend de plus en plus, même dans des destinations traditionnellement connues pour leur climat chaud. Le quotidien



britannique Telegraph rassemble des photos de ces destinations de ski pour le moins surprenantes.

En savoir plus +

DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES



Des pertes d'un milliard USD causées par les changements climatiques

Une étude économique révèle que l'industrie touristique hivernale de 38 États américains, qui se chiffre à 12,2 milliards USD, aurait perdu 1 milliard USD au cours des 10 dernières années dû à l'enneigement moins abondant et aux changements de comportement des Américains face au plein air hivernal. Le rapport, réalisé par le Natural Resources Defense Council (NRDC) et [Protect our Winter](#) indique que, si rien n'est fait, davantage de problèmes devraient survenir pour toutes les entreprises qui dépendent des activités hivernales comme la motoneige, la planche à neige, le ski, la pêche sur glace, la raquette et le ski de fond ainsi que celles liées au service de la clientèle touristique hivernale. Le but de l'étude consiste à faire comprendre aux élus les enjeux reliés aux changements climatiques pour un grand nombre d'organisations qui vivent du tourisme hivernal. [L'étude peut être téléchargée](#) gratuitement.

En savoir plus +

Ce bulletin est rendu possible grâce à la collaboratiocn financière de:



Partenaires du système de veille stratégique et d'indicateurs touristiques des Laurentides



Vous n'êtes pas encore inscrit(e) à notre liste de diffusion! Nous vous invitons à la faire si vous désirez recevoir les prochains bulletins "Le Globe-Veilleur : Édition Les Laurentides" ainsi que les bulletins "Les Laurentides ...en chiffres", présentant des analyses et des données sur la performance de notre industrie touristique. Ce service est offert gratuitement en exclusivité aux intervenants touristiques des Laurentides et est une initiative des Partenaires du Système de veille stratégique et d'indicateurs touristiques des Laurentides.

Pour vous inscrire :

1) [cliquez ici](#)

2) ensuite entrez vos nom et prénom dans les cases appropriées ainsi que votre adresse de courriel

3) finalement, cliquez sur l'hyperlien qui se trouvera dans le courriel de confirmation que vous recevrez automatiquement.

Les membres de votre personnel ou vos collègues de travail peuvent en faire de même.