



En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :



Édition Novembre 2014

Ne manquez pas dans ce bulletin l'analyse produite spécifiquement pour le Système de veille et d'indicateurs touristiques des Laurentides par le Réseau de veille en tourisme (RVT):

[La campagne courtise les «foodies»](#)

Par Claudine Barry

STRATÉGIES ET PRODUITS



Une expérience intégrée en montagne

Près de 39 millions d'euros (54,5 millions CAD) ont été investis au domaine skiable français Paradiski. Ces investissements, qui profitent à trois stations de ski en Savoie, comprennent la modernisation des remontées mécaniques et l'implantation d'un nouveau projet touristique baptisé le MILLE 8. Ce dernier propose une nouvelle gamme d'activités axées sur le bien-être, l'insolite et le ludisme. Les visiteurs pourront notamment découvrir ou redécouvrir le ski et la luge de manière originale: activités nocturnes, projections lumineuses, etc. Par ailleurs, pour agrémenter l'expérience, les architectes ont pensé à un centre ludo-aquatique avec une vue imprenable sur le mont Blanc. Bien qu'une partie du projet sera prête pour la saison hivernale 2014-2015, les investissements et des travaux se poursuivront jusqu'en décembre 2015.

[En savoir plus](#) +



Un loft en nature

En République tchèque, les architectes de ce chalet ont créé un espace unique. L'intérieur en bois de pin, la modernité du mobilier et la sobriété du design empruntent un style proche du *loft* contemporain citadin. La configuration du chalet avec un espace optimisé et de larges fenêtres ouvrent le champ de vision directement sur la nature.

[En savoir plus](#) +

Minigolf intérieur pour tous les goûts

L'activité de minigolf peut dorénavant se pratiquer à l'intérieur. Grâce à des parcours surprenants et à des décors toujours plus créatifs, les visiteurs plongent dans un



univers insolite pour une expérience unique. Les thématiques se multiplient: urbain au minigolf Urban Putt; pirate à celui du Neptune Kingdom ou encore fantôme au Ghost Golf (Californie).

[En savoir plus](#) +



Des centres aquatiques en montagne

En France, plusieurs stations de montagne se dotent de complexes aquatiques afin de renouveler l'expérience du visiteur. Ces infrastructures sont très appréciées pour leur accessibilité et la variété des activités proposées. Des établissements misent sur plusieurs ambiances allant du bien-être en intégrant des hammams, saunas, jeux aquatiques, solariums ou encore des diffuseurs d'arômes jusqu'à une offre axée davantage sur le conditionnement physique (aquavélo, aquagym, piscines olympiques).

[En savoir plus](#) +



Déjouer la monotonie grâce à la luminothérapie

Pour palier l'ennui des skieurs lors de la traversée du tunnel des Inversens, long de 150 mètres, entre deux domaines skiables français, un scénographe a créé une animation de luminothérapie. L'installation multimédia comprend près de 74 projecteurs qui diffusent en continu de la musique, des vidéos et des effets spéciaux. Selon les périodes de l'année, la programmation sera renouvelée pour garantir la singularité de l'expérience.

[En savoir plus](#) +

BONNES PRATIQUES



Piscine et écologie: c'est possible!

Un constructeur autrichien de piscines, pionnier dans la conception de bassins naturels, constate une hausse de la demande dans les secteurs de l'hôtellerie et de l'industrie touristique. En réponse aux attentes de leur clientèle, des établissements de luxe se tournent vers des aménagements aquatiques plus écologiques. L'entreprise propose des alternatives durables en recréant des écosystèmes et en limitant l'utilisation de produits chimiques dans les piscines. Les clients sont séduits par le caractère atypique et l'esthétisme des piscines; un atout concurrentiel pour les hôtels. À l'heure actuelle, la compagnie a étendu ce concept dans plus de 4000 établissements en Europe, et même à travers les États-Unis et l'Australie.

[En savoir plus](#) +

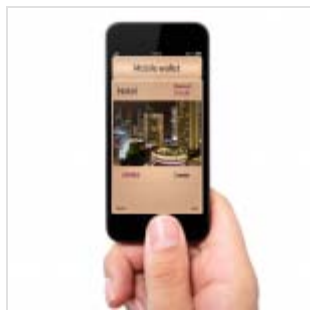


Des billets à tarif réduit

À Vail, ainsi que dans 10 autres stations de ski du Colorado, de l'Utah, du Minnesota et du Michigan, un nouvel outil fait son apparition: le EpicDay Lift Tickets. Cette plateforme en ligne permet au visiteur d'acheter des billets de ski à partir d'un ordinateur ou d'un appareil mobile, et de profiter de tarifs avantageux, allant jusqu'à 25% moins cher en payant sept jours à l'avance. De plus, les acheteurs de ces billets gagnent le privilège de contourner la file d'attente.

En savoir plus +

GESTION ET RESSOURCES HUMAINES



L'impact des commentaires sur le comportement d'achat

Pour les voyageurs, les commentaires d'autres consommateurs et le partage de contenu en ligne jouent un grand rôle dans le choix d'un hôtel. Des chercheurs ont tenté de comprendre le lien et les interactions existantes entre les commentaires d'internautes, le taux de conversion d'un hôtel et le prix. En étudiant le comportement d'achat en ligne des consommateurs, les experts arrivent à la conclusion que:

- À prix égal, les voyageurs sont 4 fois plus susceptibles de choisir un hôtel avec de bons commentaires;
- Plus des trois quarts des voyageurs sont prêts à payer davantage (entre 5 et 9% plus cher) pour un hôtel s'il possède de meilleurs commentaires.

En savoir plus +

TENDANCES ET MARCHÉS



Les voyageurs d'aventure: intelligents et téméraires

D'après la Adventure Travel Trade Association qui a dressé un profil des voyageurs d'aventure, ceux-ci sont intelligents et téméraires. Toutefois, l'étude distingue trois segments (débutant, intermédiaire et confirmé), dont le comportement diffère légèrement:

- Les voyageurs d'aventure débutants et intermédiaires utilisent davantage les médias sociaux tandis que les voyageurs confirmés consultent surtout des médias traditionnels (journaux, radios, etc.);
- Près de la moitié (48%) des voyageurs d'aventure confirmés réservent leur séjour par l'intermédiaire d'un voyageur contre 36% chez les voyageurs d'aventure débutants.
- Des trois segments, celui des confirmés est celui qui dépense le plus dans du matériel spécifique aux activités d'aventure.

En savoir plus +



Tendances et technologies en 2015

Un expert en stratégie établit quatre grandes tendances technologiques auxquelles doivent s'attendre les gestionnaires dans les secteurs de l'hébergement et du voyage:

- Les trois supports technologiques (ordinateur, tablette et mobile) deviendront de plus en plus interconnectés afin de permettre au consommateur d'obtenir toutes les informations nécessaires pour planifier et réserver son séjour;
- L'enregistrement à l'hôtel via l'application mobile révolutionne le service. Elle représente une voie de perfectionnement et de personnalisation du service permettant d'améliorer l'expérience du client;
- Les critères de sélection d'une destination ou d'un service sont très nombreux. Le client pourra même choisir des caractéristiques subjectives

comme la tranquillité et la beauté des lieux;

- Les groupes réservent aussi en ligne, tout comme les voyageurs individuels. Ainsi, le processus de réservation devra être simple, efficace et les prix compétitifs.

[En savoir plus](#) +

PENSER AUTREMENT



Promenade en sous-marin

Aux îles Fidji, les clients du centre de villégiature de Laucala Island pourront désormais explorer les fonds marins à bord du sous-marin le DeepFlight Super Falcon.

[En savoir plus](#) +

DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES



Engagement communautaire au Colorado

Le centre de villégiature de Vail lance le EpicPromise Program, une initiative caritative. Une centaine d'employés de la station se sont réunis pour œuvrer dans des projets de restauration d'écoles, d'habitations, etc. à travers les États-Unis et la Jamaïque. Depuis les cinq dernières années, Vail multiplie les initiatives durables sur le plan environnemental et social:

- Une consommation d'énergie réduite de 10% et une planification de réduction de 10% supplémentaire d'ici 2020;
- Plus de 3,5 millions de dollars de récoltés pour assurer la pérennité des espaces forestiers;
- Une contribution à l'amélioration de l'accès à l'eau des résidents du Colorado.

Ce nouveau programme appuie son engagement et témoigne d'une nouvelle volonté pour sensibiliser les visiteurs et la communauté.

[En savoir plus](#) +

ANALYSE DU RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME



La campagne courtise les «foodies»

Le tourisme gourmand hors des grands centres urbains favorise le développement économique des milieux ruraux et une production agroalimentaire plus durable. De nombreux chercheurs se penchent sur le sujet.

[En savoir plus](#) +

Ce bulletin est rendu possible grâce à la collaboration 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.