



En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :



Édition Mai 2012

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):

[Cyclotourisme: l'offre s'organise!](#)

Par: Claudine Barry

STRATÉGIES ET PRODUITS



Du ski à l'année dans l'Ouest canadien

Le gouvernement de la Colombie-Britannique a approuvé le plan de développement du Jumbo Glacier Alpine Resort, un projet d'environ 900 millions de dollars répartis sur deux ans. Une fois complété, le centre de villégiature de 15000 acres, 5500 chambres et 23 remontées mécaniques s'inscrira parmi les plus grands en Amérique du Nord. Sa localisation unique, dans les monts Purcell, permettra la pratique du ski et de la planche à l'année, une première sur le continent. Mais ce projet ne fait pas l'unanimité. Ses opposants craignent la détérioration du paysage naturel et les effets néfastes sur la faune. Le gouvernement a d'ailleurs exigé la mise en place d'un programme de protection ainsi que l'engagement des promoteurs envers un grand nombre de considérations environnementales avant de donner le feu vert au projet. L'ouverture est prévue pour Noël 2014.

[En savoir plus](#) +



Marketing de centres de villégiature: le meilleur et le pire de la saison 2011/2012

Depuis 2004, le magazine Ski Area Management (SAM) passe en revue les bons et les mauvais coups marketing des centres de villégiature de l'Amérique du Nord. Une utilisation créative de Facebook, une campagne originale, un mauvais message viral, l'adoption d'une nouvelle image discutable, des vidéos qui sortent du lot et d'autres qui sont des exemples à ne pas suivre; les experts interpellés par SAM ont identifié une belle brochette de cas concrets pour l'édition 2011/2012. On y parle notamment, à titre de «meilleure campagne en milieu urbain», de l'initiative de Travel Alberta qui consiste en la création d'une illusion de gondole de centre de ski dans certains ascenseurs des tours à bureau de la ville de Calgary et d'un centre commercial en Californie.

En savoir plus +



Un hôtel pop-up dans un boisé de l'Angleterre

Le AirHotel, situé dans le comté de Norfolk, en Angleterre, allie le glamping et les arts du cirque. Il s'agit de neuf installations originales hissées dans les arbres et faisant office de chambres. Créé par des artistes belges, Time Circus, le concept propose également des prestations des plus théâtrales. Par exemple, une équipe de grimpeurs assure le service aux chambres et la chorale de l'aube effectue le réveil.

En savoir plus +

BONNES PRATIQUES



La Suisse se prépare à recevoir!

Suite au succès remporté par sa campagne Web [Vacances sans Internet](#), où l'internaute voit son profil Facebook intégré à un sketch des deux personnages créés par Suisse Tourisme, l'organisation met à nouveau en scène les deux sympatiques fermiers suisses. La [vidéo](#) qui circule table sur la réputation légendaire du pays quant à la propreté et à la minutie de ses habitants, toujours avec humour. Cette campagne permet à la Suisse de se démarquer sur le plan du marketing par une utilisation créative du Web et des médias sociaux.

En savoir plus +

WEB ET NOUVELLES TECHNOS



Un guide pour mieux utiliser les médias sociaux

L'International Association of Conference Centers (IACC) vient de publier un [guide](#) sur les médias sociaux à l'intention de l'industrie des congrès et réunions. Le guide met l'accent sur plus d'une vingtaine de plateformes Web les plus populaires. Chaque fiche comprend une courte description du média en question, le marché qui s'y intéresse, les étapes pour débiter son utilisation, cinq trucs pour en maximiser l'usage et quelques bons exemples.

En savoir plus +

Accès Wi-Fi dans les remonte-pentes!

La plus haute station de ski en Europe, Val Thorens, offre l'accès Wi-Fi gratuit dans ses remontées mécaniques, de 8h à 17h. Jusqu'à maintenant, ce service s'est avéré très populaire avec un taux de connectivité en hausse de 30% depuis l'année dernière. La station étend la zone Wi-Fi à d'autres lieux sur le domaine comme la gare et des terrasses de restaurant.

En savoir plus +

De la création de contenu à la diffusion de la vidéo

Près de 4 milliards de vidéos sont visionnées par jour sur YouTube. En plus d'améliorer la performance d'un site Internet sur les moteurs de recherche, la vidéo permet de diffuser une grande variété de contenus et de stimuler tant l'esprit que les émotions de celui qui la regarde. Du restaurant branché qui produit des capsules dans le but de présenter une recette, aux attraits touristiques qui mettent en valeur leur plus récente exposition, les possibilités qu'offre la vidéo sont exponentielles.



[En savoir plus](#) +

TENDANCES ET MARCHÉS

Saison de ski 2010-11 aux États-Unis: plus de visiteurs, moins de profits

Selon la National Ski Areas Association, malgré une affluence plus grande ainsi que davantage de revenus que lors de l'année précédente, la saison 2010-11 a enregistré une marge de profit moins élevée en raison de l'augmentation des dépenses exploitation. Un nombre record de visiteurs a pourtant été enregistré, soit 60,5 millions de visites. Les profits d'exploitation ont crû de 1,1% alors que les dépenses moyennes ont augmenté de 10,3%. Soulignons que les résultats de cette étude surreprésentent les grands centres de villégiature des Rocheuses et de la région du Pacifique Sud.

[En savoir plus](#) +



Le golf touristique en hausse

Selon une étude menée pour l'International Association of Golf Tour Operators, 50 millions de voyageurs ont réalisé des séjours de golf touristique international en 2011. On inclut ici les adeptes pour qui le golf est la motivation première, mais aussi ceux dont le golf est une activité parmi d'autres. Alors que la demande pour de tels voyages demeurent en deçà des volumes enregistrés lors des années précédant la crise, elle fut tout de moins en hausse en 2011, comme le nombre de destinations d'ailleurs. Les trois quarts des tours opérateurs sondés voient l'avenir avec optimisme.

[En savoir plus](#) +

PENSEZ AUTREMENT!

Lumieres



Une féerie lumineuse!

Des sites naturels illuminés créent l'illusion qu'il s'agit de l'énergie du centre de la terre qui apparaît en surface. L'exposition Starry Night de Lee Eunyool révèle des photos de ces installations lumineuses à travers des arbres, de l'herbe, une rivière, un champs, etc. L'effet est magnifique!

[En savoir plus](#) +

Quand la nature reprend le dessus

Des bâtiments de fermes abandonnées du Midwest américain donnent lieu à des images étonnantes: des silos abandonnés à l'intérieur desquels poussent des arbres! Les grands vents des plaines ont souvent raison des arbres dans cette région. Les silos offrent une protection qui, semble-t-il, donne des résultats heureux.

[En savoir plus](#) +



DÉVELOPPEMENT DURABLE



Un circuit écotouristique en Nouvelle-Zélande

Le projet Green not mean offre aux voyageurs une expérience écoresponsable à travers la découverte de la côte Ouest du pays. Les escales du «bus vert» proposent diverses actions visant à protéger l'environnement comme planter des arbres, semer ou débroussailler un terrain de ses plantes non indigènes. Les excursions durent de quatre à six jours.

[En savoir plus](#) +



Le consommateur socialement responsable

Une étude de la firme Nielsen se penche sur le profil des consommateurs socialement responsables et dresse leur portrait. D'abord, l'individu catégorisé ainsi est celui qui accepterait de payer plus cher pour des produits et services «socialement responsables». Ce segment représente 46% des personnes sondées. Voici quelques faits saillants concernant ces consommateurs:

- Ils sont jeunes (63% ont moins de 40 ans).
- Ils sont verts (66% estiment que les entreprises devraient adopter une approche écoresponsable).
- Ils estiment que les entreprises responsables devraient contribuer notamment à:
 - l'avancement de la science et de la technologie;
 - la lutte contre la pauvreté et la faim;
 - l'aide nécessaire après une catastrophe naturelle.

[En savoir plus](#) +

ANALYSE DU RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME



Cyclotourisme: l'offre s'organise!

Le cyclotourisme combine plusieurs tendances, dont l'aventure, le transport durable, les vacances actives, le slow travel, les séjours expérientiels, les voyages éthiques et responsables ainsi que le contact avec la population locale. De plus, le touriste à vélo bénéficie d'un grand bol d'air en plus de maintenir une bonne forme physique. Il n'est donc pas étonnant que ce type de voyage connaisse une popularité grandissante. Les destinations développent leur offre, souhaitent se démarquer par leurs infrastructures, leurs réseaux cyclables ou leurs services.

[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.