



Le Globe-Veilleur édition
LES LAURENTIDES

En collaboration avec

RÉSEAU de VEILLE en TOURISME
CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

Partenaires du Système de veille et d'indicateurs touristiques des Laurentides
AOÛT 2011

Ce e-bulletin est coordonné par le Créneau d'excellence Tourisme de villégiature 4



saisons:

[Cliquez ici](#) si vous éprouvez de la difficulté à lire ce message

STRATÉGIES & PRODUITS

Aventure et découverte culinaire : un nouveau guide de Visit Scotland

Le guide «Surprise Yourself with an Appetite for Adventure» permet au visiteur de contempler les paysages de l'Écosse, de réaliser des activités en plein air comme la marche, le vélo ou encore le kayak de mer et de découvrir la gastronomie locale. Chacun des 10 circuits présentés inclut des suggestions tels les meilleurs endroits pour s'initier aux produits locaux, les restaurants de fine cuisine, les sympathiques cafés ainsi que les bons commerces pour faire des provisions à pique-nique. Ce guide est téléchargeable et disponible gratuitement dans les centres d'information touristique.

[Cliquez ici](#) pour consulter le guide.



Source : www.visitscotland.com

Une nuit à la belle étoile... bien au chaud



Source : www.carre-detoiles.com

L'entreprise française Bocage propose des modules de 9 mètres carrés dont la particularité est de favoriser l'observation de la voûte étoilée. Chaque cabine, nommé Carré d'étoiles, permet d'héberger confortablement 2 ou 4 personnes. Elle est équipée d'un hublot intégré à la toiture et de lunettes télescopiques pour observer les étoiles. Lancé en 2008, ce concept est aujourd'hui implanté dans plusieurs destinations françaises. Camping, hébergement de plein air, ce type de bungalow s'intègre bien à une offre touristique située en milieu naturel.

[Cliquez ici](#) pour consulter le site web de l'entreprise.

Des cottages finlandais au design épuré

Un autre modèle inspirant pour l'hébergement de plein air : le City Cottage conçu par la firme Verstas Architects. Interprétation moderne d'un refuge d'été, cette habitation a été créée pour être implantée sur les berges d'Helsinki, la capitale finlandaise, à titre d'alternative écologique à la maison d'été puisque l'endroit est accessible en transport en commun. Le concept est épuré, esthétique et confortable.



Source : <http://www.verstasarkitehdit.fi/>

[Cliquez ici](#) pour consulter l'article.

BONNES PRATIQUES

Le golf se met au Yield Management sur Bookandgolf.com

La croissance de la pratique du golf en France donne naissance à des initiatives intéressantes. Mentionnons un service de réservation en ligne pour des dizaines de parcours, sur un même site Web, en fonction de la disponibilité. Créé sur le modèle du Yield Management, Bookandgolf.com propose plus de 70 terrains de la France à des tarifs variant selon la fréquentation. Des séjours de golf avec hébergement et accès à plusieurs terrains sont aussi réservables à même le portail. Un espace de réseautage en ligne est également mis à la disposition des golfeurs qui souhaitent partager leurs expériences, trouver des partenaires ou donner leur avis.

[Cliquez ici](#) pour accéder au site internet.

WEB & NOUVELLES TECHNOS

Un parc aquatique bien branché sur les médias sociaux

Le groupe Great Wolf Resorts expérimente une technologie qui permet à ses clients de transmettre, en temps réel, des photos sur Internet. Grâce à la technologie de radio-identification (RFID) intégrée au bracelet qui fait figure de laissez-passer, le visiteur au Great Wolf Resort Lodge de Grand Mound se fait photographier aux endroits pré-identifiés à l'intérieur du parc aquatique et voit ses clichés transférés directement sur son babillard Facebook. Il s'agit d'une première dans l'industrie. Les emplacements choisis pour prendre des photos mettent en valeur les attractions les plus populaires, générant ainsi la diffusion d'images du parc aquatique auprès d'un marché élargi.



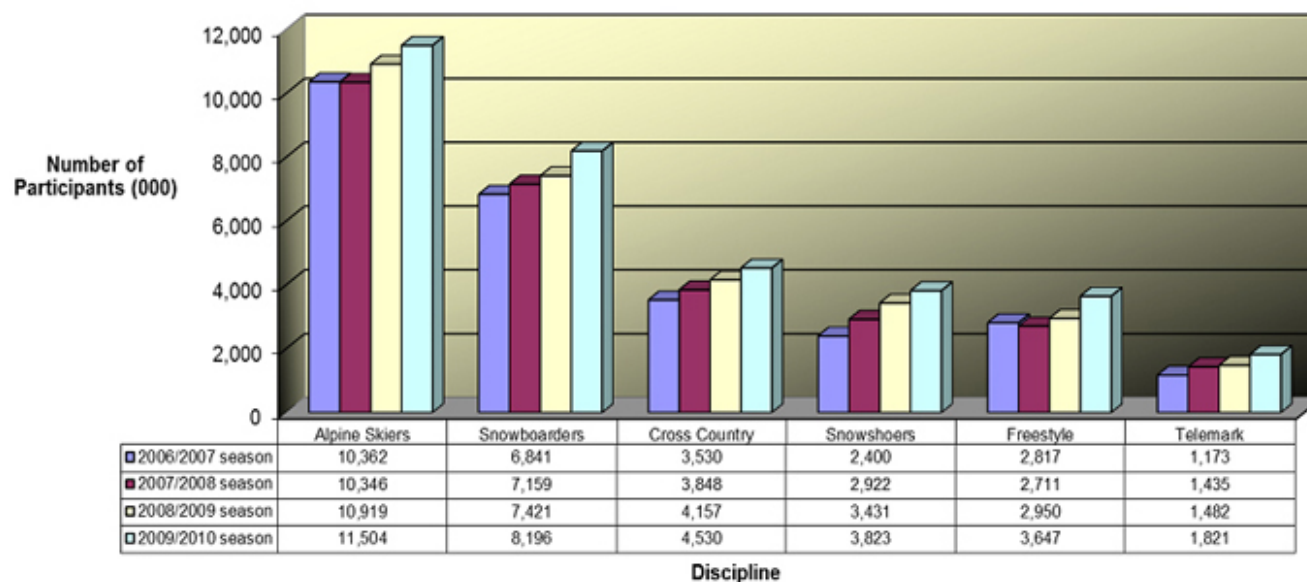
Source : www.hospitalityworldnetwork.com

TENDANCES ET MARCHÉS

31 millions d'Américains affirment pratiquer des sports d'hiver

SnowSports Industries America (SIA) rapporte dans son étude annuelle que 21 millions d'Américains disent avoir participé activement à des sports d'hiver lors de la saison 2009-2010, incluant 18,3 millions de skieurs et de planchistes ayant visité des centres de villégiature en montagne. À cela s'ajoute 10,5 millions de personnes se considérant des adeptes de sports d'hiver, mais s'étant abstenus de pratiquer une telle activité à l'hiver 2009-2010. L'enquête dévoile aussi qu'une bonne part des répondants affirme pratiquer plus d'un sport d'hiver. La saison 2009-2010 enregistre une hausse pour chacune des disciplines identifiées, soit le ski alpin, la planche à neige, le ski de fond, la raquette, la planche en demi-lune (freestyle) et le télémark.

SnowSports Participation Trends by Discipline



Source : www.snowsports.org

[Cliquez ici](#) pour consulter l'article.

Les auberges et les *bed and breakfast* en demande!

Un voyageur américain d'agrément sur huit (13%) a séjourné dans une auberge ou un B&B au cours de la dernière année. Parmi ceux dont le revenu du ménage est de 125 000 USD et plus, cette proportion s'élève à 17%. Près de huit voyageurs américains d'agrément sur dix (79%) manifestent de l'intérêt à dormir dans un tel établissement au cours de la prochaine année. Voilà quelques grandes conclusions tirées de l'étude de YPartnership/Harrison Group intitulée :

«2011 Portrait of American Travelers». Pourquoi ont-ils choisi une auberge ou un B&B ? Pour l'ambiance, pour la recherche d'une expérience unique et authentique. Près des deux-tiers (64%) ont préféré l'aspect plus intime, moins bondé, plus tranquille de ce type d'hébergement par rapport à l'hôtellerie conventionnelle. Plus de la moitié des voyageurs ayant séjourné en auberge ou dans un B&B ont aussi mentionné l'accès à la culture locale (56%), le service personnalisé (54%), l'architecture et le décor unique (53%) et la cuisine maison (52%) comme des éléments séduisants des auberges et B&B.

Pour lire l'article [cliquez ici](#).

Séduire de nouveaux skieurs et convaincre les indécis (Compte rendu de conférence)

La séduction des non-skieurs et la reconquête de ceux qui ont abandonné la pratique, voilà deux des principaux défis mentionnés dans le plan marketing 2010-2015 de l'Association des stations de ski du Québec (ASSQ) présenté lors de son congrès annuel. À l'occasion de ce dernier, qui se déroulait du 31 mai au 2 juin 2011 au Centre des congrès Tremblant, de nombreux thèmes ont été abordés. Voici des extraits concernant plus spécifiquement la stratégie marketing envisagée par l'industrie, précédée de quelques données préliminaires de la saison 2010-2011.

Pour lire l'article [cliquez ici](#).



L'art contemporain en pleine nature

Dans le cadre de l'événement annuel Horizons - rencontres «Arts Nature» qui se déroule du 18 juin au 18 septembre 2011, des artistes contemporains ont créé des œuvres éphémères inspirées par le site naturel où elles sont intégrées, dans le massif du Sancy, en Auvergne (France). Cette exposition à ciel ouvert présente 11 œuvres réparties sur autant de sites naturels d'exception à travers la région. Voici quelques œuvres en photo :



Joël Thépault



Landscape Connection



Julien Laforge

© Bernard Pauty / OT Sancy, sur : <http://www.linternaute.com/>



Sophie Larger et Martine Harlé

Pour visiter le site de l'événement [cliquez ici](#).

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Pour un développement et une gestion plus durable des golfs

L'organisation internationale de golf R&A vient de lancer un site Web pour aider les gestionnaires de terrains à adopter des pratiques plus durables. The Golf Course (<http://www.randa.org/en/TheGolfCourse.aspx>) sert de guide, fournit une banque d'études de cas à travers le monde, d'articles et de nouvelles concernant le développement durable appliqué à l'industrie du golf. En adhérant aux principes énoncés sur le site Web The Golf Course, l'organisation promet une augmentation des revenus; une réduction des coûts ; une amélioration du site naturel ; de meilleures relations avec la communauté locale et une expansion du marché potentiel de golfeurs.

[Cliquez ici](#) pour lire la nouvelle.

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.
-



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

