



En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :



Édition Janvier 2012

Dans l'édition du Globe Veilleur de janvier 2012, des liens menant vers certains articles ainsi que vers l'analyse du Réseau de veille en tourisme nous ont été rapportés comme défectueux. Cette version corrigée vous permettra d'y accéder.

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):

[Revitaliser des petites municipalités par les arts et la culture](#)

Par: Amélie Racine

STRATÉGIES ET PRODUITS



Un partenariat entre l'industrie du ski et celle du vélo de montagne

La National Ski Areas Association (NSAA) annonçait, en octobre dernier, qu'elle s'unissait à l'International Mountain Bicycling Association (IMBA) pour promouvoir et rehausser l'expérience de vélo de montagne dans les stations de ski américaines. L'entente vise notamment à ce que la NSAA puisse accéder aux outils et à l'expertise de l'IMBA pour l'aménagement de sentiers, la mise en place d'une signalisation ou des ressources en matière de gestion du risque. L'IMBA guidera aussi les stations de ski dans la promotion de leurs programmes de vélo de montagne grâce à sa plateforme web Destination program.

[En savoir plus](#) +

Des igloos d'aluminium

Au Groënland, l'Hotel Arctic propose l'établissement d'hébergement 4 étoiles le plus au nord de la planète. Des chambres standard, un centre de conférence, un restaurant de fine cuisine mais également la possibilité de dormir sous l'igloo. Situés en bordure du Fjord glacé d'Ilulissat qui est inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco, les cinq igloos offrent un point de vue unique. Ceux qui y logent profitent de tout le confort d'une chambre d'hôtel. Inspirés des igloos de glace



typiques, ceux de l'hôtel sont faits d'aluminium et disposent de l'électricité.

[En savoir plus](#) +



Un projet d'agrandissement de 145 millions de dollars pour un musée dans les Berkshire

Le Sterling and Francine Clark Art Institute situé à Williamstown dans le Massachussets annonçait cet automne un projet de rénovation et d'agrandissement ambitieux. Un nouveau centre des visiteurs, un hall d'exposition et un centre de conférence sont prévus dans le budget de 145 millions USD. Le Clark Art Institute constitue le plus gros attrait touristique du comté et son agrandissement permettra de renforcer le positionnement culturel de la région à long terme en plus de créer de nombreux emplois pour sa réalisation au cours des trois prochaines années. Ce projet est la 2e phase d'un important plan d'expansion initié il y a une dizaine d'années.

[En savoir plus](#) +

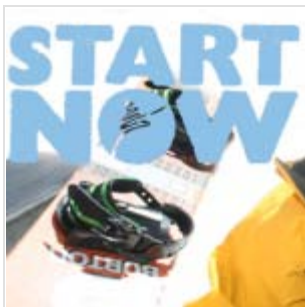
BONNES PRATIQUES



Beaucoup de succès pour la forêt enchantée

Un spectacle de son et lumière dans l'Enchanted Forest de Pitlochry, au cœur de l'Écosse, attire une foule grandissante. Cet événement annuel familial se déroule à l'automne dans une petite communauté de moins de 3 000 habitants. L'Enchanted Forest propose aux visiteurs une promenade féerique dans un boisé où l'on diffuse des faisceaux lumineux et des effets visuels spectaculaires ainsi que de la musique. Couronné de plusieurs distinctions lors du Scottish Event Awards, l'Enchanted Forest a enregistré une affluence record de 25 000 entrées en 2011. Presque 90% des visiteurs indiquent que cet événement est la raison principale de leur voyage dans le secteur.

[En savoir plus](#) +



Préparer, accueillir et convertir des non-skieurs

La station de ski Park City Mountain Resort, en Utah, a mis en place un programme visant à prendre en charge les aspirants skieurs et à minimiser les éléments de stress qui pourraient affecter la qualité de leur première expérience de ski. À cet effet, le programme Start Now, fortement axé sur le service à la clientèle, s'adresse aux résidents de l'Utah et leur propose des leçons de ski ou de planche et la location d'équipement à un prix forfaitaire, mais surtout un accompagnement pour les préparer au jour J. Par exemple, trois jours avant le début du programme, l'apprenti reçoit un courriel lui indiquant l'endroit où il pourra stationner sa voiture, ce qu'il devrait porter comme vêtements et l'endroit précis où il devra se présenter. Ce type d'information paraît évident à l'usager habitué, mais il est très apprécié du skieur potentiel qui doit s'adapter à un nouvel environnement en plus de ne pas savoir skier. Ce programme s'est mérité une distinction du National Ski Areas Association (NSAA) l'année dernière.

[En savoir plus +](#)

Quand le paysage s'anime pour être raconté aux visiteurs (Compte rendu de conférence)

Lorsque les gens connaissent l'histoire qui se cache derrière le paysage, ils sont beaucoup plus susceptibles de vouloir le protéger, de partager les récits qui le concernent et de ressentir une fierté à son égard. Pour sensibiliser la population à la richesse de son milieu, un organisme de la Belgique met de l'avant une initiative inspirante d'analyse du paysage. Le succès de cette démarche réside surtout dans l'implication de la population locale. Les résidents se sont, d'une certaine façon, réapproprié leur région. Voilà une touche distinctive qui constitue un bel atout pour une destination touristique.

[En savoir plus +](#)

WEB ET NOUVELLES TECHNOS



Google Street View dans les pentes de ski

Il est désormais possible de descendre des pentes de ski avec Google Street View. La motoneige de Google a sillonné trois stations de ski en Amérique du Nord depuis ses débuts aux Jeux Olympiques de Vancouver. Les résultats proposent le même type d'interface que dans le cas des rues ; visualisation à 360°, la possibilité de zoomer et de cliquer sur la flèche pour descendre la piste. Google s'est rendu dans les stations de Whistler Blackcomb (Colombie-britannique), à Squaw Valley (Californie) et à Breckenridge Ski Resort (Colorado). La vidéo ci-jointe en donne un aperçu.

[En savoir plus +](#)

Pourquoi utiliser YouTube en marketing ?

Selon TJ McCue du magazine eHotelier.com, la vidéo en ligne constitue l'une des plus importante tendance en ce qui concerne notre façon de consommer de l'information. D'un point de vue marketing, le recours à la vidéo pour la diffusion d'au moins une partie de votre message s'avère essentielle pour rejoindre la plus grande part de prospects. Voici quelques statistiques de YouTube plutôt convaincantes :

- plus de trois milliards de vidéos y sont visionnées chaque jour ;
- 800 millions d'utilisateurs uniques consultent YouTube chaque mois ;
- plus de 50% des vidéos sur YouTube ont été évaluées ou commentées par des internautes.
- 100 millions de personnes posent un geste (aime, partage, commente, etc.) sur YouTube chaque semaine ;
- près de 17 millions d'utilisateurs ont connecté leur compte YouTube à au moins un réseau social (Facebook, Twitter, etc.)

Pour une formation express en ligne sur le marketing par la publication de vidéo, cliquez sur le lien ci-dessous.

[En savoir plus +](#)

GESTION ET RESSOURCES HUMAINES



Apprendre le langage corporel pour mieux décoder les besoins des clients

Dans les hôtels Affina qui comptent des établissements à New York, Chicago et Washington, on forme les employés à décoder le langage corporel des clients, et ce, qu'ils soient à l'entretien ménager ou qu'ils occupent des postes de gestion. Comme le souligne l'experte responsable de cette formation dispensée en partie l'été dernier, un visiteur qui croise le regard d'un employé dans le corridor est peut-être disposé à débiter une courte conversation ; un client qui se tireille constamment l'oreille ou une partie du visage est peut-être nerveux ou épuisé et apprécierait peut-être qu'on lui offre un oreiller thérapeutique et qu'on lui indique rapidement comment se rendre à sa chambre. Voilà un bel exemple de personnalisation du service.

[En savoir plus](#) +

TENDANCES ET MARCHÉS



Le coût des vacances de ski en chute

Les prix pour les billets de remontée et la location d'équipement de ski ont baissé de 4 à 20% comparativement aux prix d'il y a deux ans. C'est ce que révèle le Post Office Travel Money Family Ski Resort Report qui s'est penché sur les prix de 10 centres de villégiature à travers le monde, dont au Canada et aux États-Unis. C'est d'ailleurs en Amérique du Nord qu'on observe les baisses les plus marquées, surtout causées par les promotions de type «kids ski free». La Suisse semble être l'exception avec des tarifs toujours plus élevés et la Bulgarie affiche le meilleur rapport qualité/prix pour les débutants.

[En savoir plus](#) +



La Finlande attire de plus en plus de Français

Le produit hivernal finlandais séduit les voyageurs français. Si bien que l'organisme VisitFinland veut profiter de ce momentum et bonifier son offre estivale. En 2010, 132 000 Français ont visité la Finlande, une hausse de 40% par rapport à 2009. Et la tendance semble se confirmer en 2011, selon l'office de tourisme finlandais. En tout, la Finlande accueillait 2,75 millions de touristes en 2010. Avec une offre d'activités de plein air et des grands espaces qui peuvent rappeler ceux du Québec, voilà une destination à surveiller !

[En savoir plus](#) +

PENSEZ AUTREMENT



Design rétro pour un centre de villégiature de Miami

L'un des hôtels les plus en vogue de Miami, le Lord South Beach Hotel est aménagé aux formes et aux couleurs des années 1970. Les couleurs vives, le design audacieux, les meubles et les accessoires inspirés de ces années en font un décor des plus divertissants. Une ambiance bohème règne dans le hall et dans les chambres ornés d'affiches de style pop art et d'éléments décoratifs des plus inusités.

[En savoir plus](#) +

DÉVELOPPEMENT DURABLE



L'hôtellerie et le développement durable: à quoi s'attendent les clients

Le groupe Accor lançait l'été dernier le Earth Guest Research, une plateforme Web de connaissances sur le développement durable en hôtellerie gratuite et accessible à tous. Il s'agit d'un véritable baromètre sur les préoccupations du milieu, les bonnes pratiques, les initiatives dignes de mention et le comportement de la clientèle. À cet égard, voici le lien vers les résultats d'une première enquête sur les attentes des clients concernant le développement durable dans le milieu hôtelier.

[En savoir plus](#) +

ANALYSE DU RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME



Revitaliser des petites municipalités par les arts et la culture

Les arts et la culture contribuent au développement de plusieurs communautés rurales du Québec. En plus de leur apport à l'offre touristique, mentionnons leur impact social, notamment sur la qualité de vie des citoyens. D'une vieille usine métamorphosée en un dynamique carrefour culturel aux projets lancés par des artistes entrepreneurs, les petites municipalités du Québec ont tout avantage à être créatives.

[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.