



En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :

## Édition Février 2013

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 diversification des activités de plein air dans les pourvoiries du Québec](#)

par Vincent Leclerc

## STRATÉGIES ET PRODUITS



### L'Écosse mise sur ses atouts naturels

VisitScotland cherche à fédérer les entreprises touristiques autour du programme Year of Natural Scotland 2013. Le but de l'initiative est de positionner l'Écosse, à l'international, comme une destination nature de choix. Les richesses naturelles ont été regroupées en huit grands thèmes: paysages naturels, patrimoine bâti, produits du terroirs, tourisme durable, plein air, faune et flore, art en nature et finalement, ville et nature. Comme ce fut le cas pour le programme Year of Creative Scotland 2012, des outils marketing sont mis à la disposition des intervenants touristiques.

[En savoir plus](#) ➤



### L'accord parfait: ski et gourmandise

Ski Vermont, Agency of Agriculture et Vermont Maple Foundation s'associent pour promouvoir les spécialités gastronomiques du Vermont. Lors des Vermont Speciality Food Days, les visiteurs pourront goûter au savoir-faire culinaire des différents organismes partenaires locaux. Les dégustations se dérouleront dans les stations de ski.

[En savoir plus](#) ➤

### Tour du monde des meilleures tyroliennes

Les plans du projet de la plus longue tyrolienne de l'hémisphère nord ont été dévoilés. À partir du 16 mars, le Zip World Snowdonia, au Pays de Galles, accueillera les visiteurs intrépides souhaitant glisser sur une distance de 1750m à 213m du sol. Pour souligner cette annonce, The Telegraph a dressé une liste des tyroliennes les plus impressionnantes du monde.



[En savoir plus](#) +

## BONNES PRATIQUES



### Favoriser la publication de commentaires en ligne

Des astuces permettent d'inciter vos clients à laisser des avis sur Internet afin de positionner votre établissement sur la toile. Comme le propose Vanessa Guerrier-Buisine:

1. Informez-les de la possibilité de partager leur expérience;
2. Demandez leurs coordonnées électroniques;
3. Sollicitez vos fans Facebook et vos abonnés Twitter;
4. Aménagez un espace pour les commentaires sur votre site Internet.

D'autres astuces sont proposées.

[En savoir plus](#) +

## WEB ET NOUVELLES TECHNOS



### En 2013, soyez prêts à gagner la bataille de la mobilité

Le comportement des internautes n'est pas le même en fonction du support utilisé. Selon Google, les usagers naviguent depuis leur ordinateur lorsqu'ils sont au bureau, depuis leur téléphone intelligent pendant les heures de pause et depuis leur tablette le soir, pendant les moments de détente. Voyez comment adapter votre message à chaque support.

[En savoir plus](#) +

## GESTION ET RESSOURCES HUMAINES



### Génération Y et épanouissement au travail

Voici 5 façons d'aider les travailleurs de la génération Y à s'épanouir au travail:

1. Définissez les attentes avec eux;
2. Devenez leur mentor;
3. Montrez-leur les impacts de leurs réalisations;
4. Mettez-les en contact avec leurs supérieurs;
5. Laissez-les exprimer leurs idées.

[En savoir plus](#) +

### Améliorez le service à la clientèle de votre petite



## entreprise

Quelle que soit la taille de votre entreprise, le service à la clientèle reste un des meilleurs moyens à faible coût pour vous constituer une clientèle solide et une base favorable à de bons résultats financiers. Voici quelques conseils pour augmenter la qualité de votre service à la clientèle:

1. Mettez sur l'accessibilité: soyez certain que vos coordonnées sont visibles sur votre site Internet;
2. Offrez un service personnalisé à chaque client: envoyez-leur une carte de remerciements ou des bons promotionnels pour souligner leur anniversaire;
3. Assurez un suivi: s'il y a un problème à régler, vérifiez que le client est satisfait par les solutions que vous proposez;
4. Tissez des liens avec les entreprises locales: c'est le meilleur moyen pour développer une bonne réputation.

[En savoir plus +](#)

## TENDANCES ET MARCHÉS



### La pratique de la planche à neige en déclin

Aux États-Unis, la pratique de la planche à neige a décliné de 21% et on constate une tendance similaire en Europe. Pourquoi ? Certains disent que la forme des skis actuels permet de réaliser des figures jusqu'alors réservées aux planchistes. D'autres pensent que les actions menées par les promoteurs pour rajeunir le ski ont porté leur fruit.

[En savoir plus +](#)

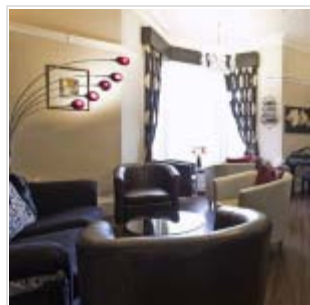
## PENSER AUTREMENT



### Un camping de caravanes Airstream revisitées

Pour attirer une nouvelle clientèle, l'Auto Camp de Santa Barbara proposent désormais des caravanes de marque Airstream totalement rénovées. De plus, les travaux ont été réalisés à l'aide de méthodes et de matériaux durables. Le look « rétro-contemporain » de ce camping offre une expérience originale.

[En savoir plus +](#)



### Un B&B est élu «Best hotel in the world for service»

Les utilisateurs de TripAdvisor ont désigné le B&B Lauriston Court de Llandudno, au Pays de Galles, comme le meilleur hôtel au monde pour le service offert. La maison d'hôte de 11 chambres atteint également la 6e place au classement du «top 10 bargain hotels». Selon les 434 commentateurs sur TripAdvisor, l'établissement se démarque avant tout par son accueil amical et ses belles chambres avec vue sur la mer. Un petit établissement peut ainsi atteindre des sommets grâce aux avis en ligne!

[En savoir plus +](#)

## DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES



### Innovier grâce au développement durable

Le Réseau entreprise et développement durable (REDD), organisme français, publie un guide présentant le développement durable comme une avenue à privilégier dans l'innovation des entreprises. Le document permet aux dirigeants d'évaluer leurs pratiques et de maximiser leur stratégie de développement durable. Le guide contient une feuille d'évaluation, 39 astuces pour allier développement durable et innovation ainsi que des exemples d'entreprises ayant intégré dans leurs pratiques les sphères du social, de l'économie et de l'environnement. [Cliquez ici](#) pour télécharger le guide.

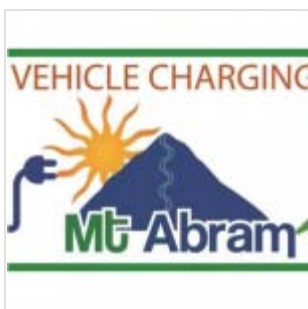
En savoir plus +



### Regard sur le programme The Climate Challenge de la NSAA

Depuis 2011, les 18 stations participant au programme The Climate Challenge de la National Ski Areas Association (NSAA) se sont engagées à faire des progrès significatifs dans la réduction des gaz à effet de serre générés par leurs activités. Ce programme fait suite à l'initiative Sustainable Slopes dont le but était de recenser et d'encourager les efforts fournis par les stations face aux changements climatiques. Le Climate Challenge va plus loin en ciblant des objectifs plus concrets.

En savoir plus +



### Les stations de ski se dotent de bornes de recharge

Désormais, les conducteurs de voitures électriques peuvent recharger leur véhicule dans trois stations de ski américaines: Steven Pass, Washington, Windham Mountain, New York et Mount Abram, Maine. Certaines de ces bornes sont gratuites, d'autres sont payantes.

En savoir plus +

## ANALYSE DU RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME



### La diversification des activités de plein air dans les pourvoiries du Québec

Au Québec, on associe souvent l'offre en pourvoirie aux activités de chasse et de pêche. Pourtant, l'étude sur la performance économique des pourvoiries du Québec indiquait que 20% des jours-activité de 2010 étaient pour la pratique d'autres activités que la chasse, la pêche ou la motoneige et le VTT. Face à cette tendance, de nombreuses pourvoiries cherchent à diversifier leur offre.

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.