

En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :



Édition Juin 2014

STRATÉGIES ET PRODUITS



Un forfait estival pour le vélo de montagne

L'équivalent de l'[Epic Pass](#), qui donne accès à plusieurs stations de ski, est désormais disponible en version estivale. La Free Ride Unlimited Pass est un laissez-passer de vélo de montagne donnant un accès illimité aux sentiers de cinq stations au Colorado et en Californie: Kirkwood, Keystone, Northstar, Canyons et Vail. Les adeptes de ce sport d'aventure pourront parcourir 155 sentiers et bénéficier de l'accès aux 10 télésièges couvrant la zone. Le prix du forfait oscille entre 249 \$ et 349 \$. Les résidents de la région bénéficient d'un tarif réduit.

[En savoir plus](#) +



La glissade d'eau la plus haute au monde

Culminant à 51 mètres de hauteur, la nouvelle attraction [Verrückt](#) (fou), au parc à thème Schlitterbahn de Kansas City, s'est officiellement vu décerner le titre de glissade d'eau la plus haute du monde par le Guinness World Records. Après avoir monté les 264 marches, les plus téméraires embarqueront à bord d'une petite embarcation qui sera lancée sur la piste verticale à près de 100 km/h. La pente très vertigineuse donnera l'impression au visiteur de tomber littéralement en chute libre du haut de cinq étages pendant 11 secondes. Le Verrückt devrait ouvrir ses portes au public en juin.

[En savoir plus](#) +

Les parcs d'aventure du Vermont en 2014

La saison estivale approche, plusieurs stations de ski du Vermont offrent des activités d'aventure comme des manèges, des trampolines géants, de l'escalade, du minigolf, des parcours d'arbre-en-arbre.

[En savoir plus](#) +



BONNES PRATIQUES



L'utilisation des médias sociaux pour faire rayonner sa marque

Le marketing sur des réseaux sociaux comme Facebook et Twitter permet aux organisations d'obtenir une grande visibilité. Voici quelques conseils pour accroître sa notoriété:

- Vendre la destination en associant des concepts contradictoires et innovants;
- Établir une connexion émotionnelle avec l'internaute et solliciter son engagement;
- Être réactif à l'égard des commentaires laissés sur un réseau social.

[En savoir plus](#) +

WEB ET NOUVELLES TECHNOS



24 h pour revamper un site Web!

Quatre équipes composées de designers Web et de responsables marketing ont relevé un défi de taille; chacune a actualisé un site Internet de station de ski en 24h. Les résultats sont étonnants!

[En savoir plus](#) +



Économie collaborative et camping!

La plateforme Web Outdoor Exchange (OX) facilite le prêt et la location de matériel de camping entre particuliers.

[En savoir plus](#) +

GESTION ET RESSOURCES HUMAINES

Développement des compétences par le jeu vidéo

L'agence de voyages Selectour Afat a développé le « Mango Game », un jeu de rôle pour former ses employés. Les agents pourront développer leurs compétences à



l'aide de 80 activités personnalisées. Leur personnage devra être en mesure de répondre aux besoins du client dans chacune des situations virtuelles.

[En savoir plus](#) +

TENDANCES ET MARCHÉS



Performance hivernale en hausse

Un sondage de DestiMetrics a été réalisé auprès de 31 stations de ski de 12 États et d'une province (Colorado, Utah, Californie, Nevada, Oregon, Wyoming, New York, Maine, Vermont, New Hampshire, West Virginia, Massachusetts, Québec). La fréquentation et les revenus pendant la saison hivernale 2013-2014 sont en hausse. Dans les 11 stations de l'Est, le taux d'occupation a augmenté de 2,9% et les revenus ont crû de 3,7%. Dans l'Ouest, les résultats varient, mais le taux d'occupation total et les revenus ont augmenté respectivement de 4,7% et 10,8%.

[En savoir plus](#) +



L'utilisation des médias sociaux par trois générations

GlobalWebIndex a réalisé une étude sur l'utilisation des médias sociaux par les générations Y et X ainsi que par les baby-boomers:

- La plupart (88%) des jeunes adultes de la génération Y possèdent un compte Facebook. Près des trois quarts utilisent YouTube (72%) et plus de la moitié Google+ (59%);
- La génération X utilise davantage Facebook (81%), Google+ (57%) et YouTube (54%) que Twitter (48%);
- Près de 70% des baby-boomers possèdent un compte Facebook; 40% en font un usage actif;
- Instagram est l'application la moins populaire auprès des trois générations.

[En savoir plus](#) +



Voyages d'un écran à un autre

GlobalWebIndex a réalisé une étude sur l'utilisation des médias sociaux par les générations Y et X ainsi que par les baby-boomers:

- La plupart (88%) des jeunes adultes de la génération Y possèdent un compte Facebook. Près des trois quarts utilisent YouTube (72%) et plus de la moitié Google+ (59%);
- La génération X utilise davantage Facebook (81%), Google+ (57%) et YouTube (54%) que Twitter (48%);
- Près de 70% des baby-boomers possèdent un compte Facebook; 40% en font un usage actif;
- Instagram est l'application la moins populaire auprès des trois générations.

[En savoir plus](#) +



Les golfeurs professionnels: des voyageurs d'affaires actifs!

Selon une enquête réalisée par Crowne Plaza Hotels & Resorts, les golfeurs professionnels parcourent en moyenne 71 000 km par année pour se rendre à leurs tournois. Qu'il s'agisse des compétitions ou d'obligations liées aux commandites, 22% passent plus de 200 nuitées hors de leur domicile. Pour 86% des golfeurs interrogés, le Wi-Fi à l'hôtel est une priorité. La totalité des répondants l'utilise au moins une fois par jour. Près de 92% voyagent avec un téléphone intelligent, 73% avec une tablette et 58% avec un ordinateur.

[En savoir plus](#) +



Le voyage en solitaire chez les femmes

De plus en plus de femmes voyagent seules, que ce soit par affaires ou pour le loisir. Parmi les répondantes au sondage réalisé par l'agence en ligne Booking.com, près de 66% des Américaines ont déjà voyagé sans leur partenaire. Small Luxury Hotels constate une croissance de la demande de 53% chez les femmes célibataires entre 2011 et 2012. Ces femmes veulent rester connectées à leurs proches via Internet. Cette connexion est un élément fondamental puisqu'elle leur apporte une sécurité et une assurance. Les femmes sont un segment de clientèle particulièrement bien informé. Aussi, elles suivent fortement les recommandations émises par d'autres internautes féminines pour effectuer leurs activités, réservations, etc.

[En savoir plus](#) +

DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES



Des initiatives vertes récompensées au Vermont

L'Association des stations de ski du Vermont a dévoilé le nom des lauréats de la deuxième édition des Prix Green Mountain. Plusieurs catégories étaient représentées comme la réduction des déchets, la réduction de la consommation d'eau, la diminution de l'empreinte carbone et les efforts environnementaux. Le Killington Resort s'est démarqué. Depuis 2008, ses initiatives ont notamment permis d'éliminer plus de 66 000 tonnes d'émissions de CO2 ou l'équivalent de la consommation moyenne de 7466 habitations.

[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.