



En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :

Édition Novembre 2013

## STRATÉGIES ET PRODUITS



### L'offre en montagne se diversifie

Les stations de ski françaises élargissent leur palette d'activités de plein air pour la saison hivernale. Bien que le ski domine, les balades de motoneige, la descente en snowscoot – engin hybride entre le vélo et la planche – ou encore la randonnée en vélo de montagne avec des pneus à crans et des freins ultra puissants enrichissent l'offre.

[En savoir plus](#) +



### Les moniteurs débarquent en ville

En attendant la neige, les stations de ski suisses envoient quelque 550 moniteurs dans les villes du pays pour stimuler les urbains aux sports d'hiver et les inciter à se rendre en montagne.

[En savoir plus](#) +



### Des séjours d'apprentissage au Massachusetts

Explorer sa passion de la cuisine avec un chef pendant un week-end, apprendre les rudiments de la sculpture, de la soudure, du soufflage de verre ou encore se familiariser avec l'apiculture ou la conception de fromage; voilà un échantillon des aventures d'apprentissage ou *learning adventures* offertes par Massachusetts Office of Travel and Tourism.

[En savoir plus](#) +

## BONNES PRATIQUES



### Publicité et médias sociaux: 4 bonnes pratiques

Pour que vos publicités sur les médias sociaux obtiennent les effets escomptés, voici quelques astuces de pro:

1. Identifier les segments de clientèle cibles: Facebook, par exemple, permet d'aller loin dans la sélection (par marché géographique, âge, intérêt, goûts, etc.).
2. Toute publicité sur les médias sociaux n'a pas à devenir virale ou à être «aimée» (*like*). Elle peut simplement être un appel à l'action.
3. Une publicité sur les médias sociaux n'a pas à ressembler à une pub traditionnelle. Sur Facebook, ou Twitter, elle peut être envoyée comme une simple communication.
4. Optimiser le tout pour les appareils mobiles. Assurez-vous que les publications publicitaires soient courtes et que les photos ou vidéos apparaissent bien sur un petit écran.

En savoir plus +

## WEB ET NOUVELLES TECHNOS

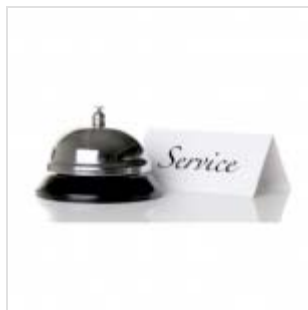


### Des stations de ski lancent leur agence de voyages en ligne

Sept domaines skiables des Pyrénées, regroupés sous l'appellation N'PY, unissent leur offre et la commercialisent sur une même plateforme de réservations en ligne. Les internautes peuvent y acheter un forfait, y louer un équipement, réserver un logement sur les pentes et se procurer un billet de remontée. Il s'agit d'une première en Europe. En créant cet outil, les stations veulent prendre le contrôle de l'organisation des séjours. L'ensemble de l'offre touristique des stations de Peyragudes, Piau, Grand Tourmalet (Barèges – La Mongie), Luz-Ardiden, Cauterets, Gourette et la Pierre Saint-Martin ainsi que trois grands sites, le Pic du Midi, Cauterets-Pont d'Espagne et le Train de la Rhune est rassemblée sur la plateforme [N'PY](#).

En savoir plus +

## GESTION ET RESSOURCES HUMAINES



### Adopter un service à la clientèle durable

Le service à la clientèle doit être impeccable, on le sait. Mais il doit l'être sur le long terme. Une entreprise qui souhaite se démarquer par son haut niveau de service doit démontrer qu'elle peut le faire de façon durable, en s'adaptant aux nouvelles technologies, aux tendances et aux besoins de la clientèle. Voici quelques astuces proposées par Meredith Estep, experte en service à la clientèle:

- toujours garder le focus sur le client;
- s'assurer que l'engagement envers le client vient d'abord de la haute direction;
- rester branché sur l'évolution des besoins et des comportements des clients;
- relever le défi des attentes toujours plus élevées;
- mesurer le niveau de satisfaction de la clientèle.

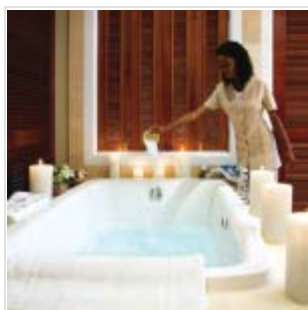
[En savoir plus](#)

## TENDANCES ET MARCHÉS



### Moins de campeurs mais une pratique plus intense

Un rapport de The Coleman Company et The Outdoor Foundation révèle que 38 millions d'Américains ont fait du camping en 2012, une baisse de 11% par rapport à 2011. Ce sont surtout les jeunes adultes qui sont responsables de cette baisse. Néanmoins, les campeurs américains ont réalisé des séjours plus longs et sont allés plus loin qu'en 2011. Le simple fait de camper constitue la principale motivation de la plus grande part des répondants. Les recherches démontrent que la pratique du camping dès l'enfance constitue le meilleur moyen pour instaurer cette activité dans les habitudes des gens une fois devenus adultes.

[En savoir plus](#)

### La manuel 2013 de l'industrie des spas

Le Spa Business Handbook 2013, [téléchargeable](#) gratuitement, publie une grande quantité d'informations pertinentes à ce secteur d'activité. Répertoire des spas les plus en vue à travers le monde, entrevues avec des experts, statistiques sur la performance de l'industrie, tendances, technologies et profil de la clientèle, ce manuel rassemble les résultats d'études récentes provenant de plusieurs régions du globe. Voici quelques-unes des tendances:

- livraison de mets préparés à partir de produits frais et santé;
- impact grandissant des avis publiés en ligne;
- technologie portable comme les Google Glass ou encore les bracelets RFID;
- préoccupation concernant la qualité de la fin de vie;
- spas de type *pop-up*.

[En savoir plus](#)

### Des petites villes qui ont de la personnalité

Le magazine Travel + Leisure a demandé à son lectorat, à ses fans Facebook et à ses abonnés Twitter de partager sur les médias sociaux leur petite ville préférée. À partir de ces suggestions, les gens furent invités à voter pour l'une de ces municipalités selon différentes catégories comme les marchés locaux, les musées, le tourisme d'aventure, le dynamisme de la rue principale et les hôtels accueillants pour les familles. Voici celles qui occupent les premiers rangs:

- Aspen (Colorado)
- Este Park (Colorado)
- St. Simons (Georgie)
- Beaufort (Caroline du Nord)
- Amelia Island (Floride)

[En savoir plus](#)

### La CCT veut attirer les skieurs brésiliens

Avec sa campagne Ski Canada, la Commission canadienne du tourisme (CCT) tente de séduire les Brésiliens par les sports d'hiver. En partenariat avec Air Canada, la CCT s'adresse plus particulièrement aux consommateurs aisés qui aspirent aux séjours dans les montagnes pour expérimenter les loisirs hivernaux. Ce sont surtout les jeunes voyageurs qui sont dans la mire de cette campagne.



En savoir plus +

## PENSER AUTREMENT



### Faire du vélo sur l'eau

Le BayCycle Project consiste à développer la pratique du vélo sur l'eau. Le véhicule est fait d'un vélo monté sur deux coques, un peu comme un catamaran. Le fondateur de BayCycle Project en a fait la démonstration en traversant la baie de San Francisco. Visionnez la [vidéo](#).

En savoir plus +

## DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES



### Le développement durable pousse à l'innovation

Une étude démontre que les compagnies qui prennent le virage du développement durable augmentent leurs chances de devenir innovantes. En plus de réduire les coûts énergétiques et de bonifier l'image de l'entreprise, l'innovation est aussi un bénéfice de l'adoption de mesures durables. L'organisation doit se pencher sur les façons d'améliorer son efficacité tout en maximisant l'utilisation des ressources et ainsi faire preuve de créativité. Le rapport publié par la firme Deloitte le confirme.

En savoir plus +



### Verdir un festival par la sensibilisation

Selon un sondage de la Buckinghamshire New University, 80% des festivaliers affirment qu'ils se sentent responsables de la diminution de l'impact environnemental d'un événement. Rassemblant plusieurs milliers de personnes, les festivals constituent des lieux propices pour l'engagement de la clientèle sur les enjeux écologiques et climatiques. Prenez-vous au sérieux vos pratiques écologiques? Savez-vous les mettre en valeur?

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.