



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

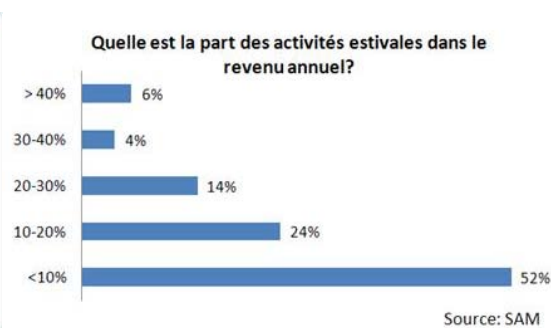
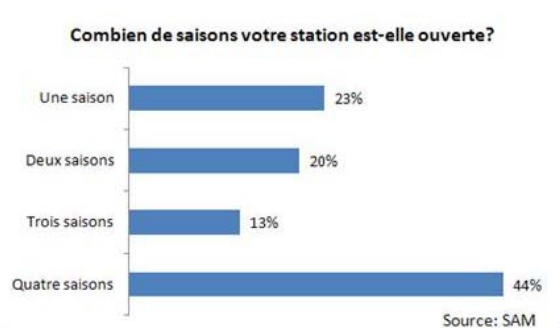


saisons:

STRATÉGIES & PRODUITS

Sondage SAM auprès des stations de ski

La revue *Ski Area Management (SAM)* a publié en janvier dernier un sondage auprès d'une centaine de stations de ski aux États-Unis et au Canada (dont celles du Mont-Sainte-Anne et de Stoneham) concernant leurs activités d'été. Voici les principaux résultats dévoilant leurs offres estivales, la part de ces activités dans le revenu annuel et leurs projets pour les prochaines années.





D'ici les deux prochaines années, les stations prévoient mettre l'accent sur les activités familiales au détriment des activités traditionnelles telles que le tennis ou le golf. Fait révélateur, les répondants sont plus nombreux à proposer le disque-golf que le golf. Les murs d'escalades et les sauts à l'élastique sont en forte croissance, ainsi que les « *skate parks* », les glissades d'eau et les mini-golf. Enfin, les activités sur les pistes sont de plus en plus populaires : vélo de descente, luge sur rails, tyrolienne, parcours dans les arbres. Seulement 9% des répondants proposent des luges sur rails mais 23% prévoient en installer prochainement.

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

Des "oenolodges" pour valoriser le Beaujolais



Le camping français les Portes du Beaujolais propose un nouveau type d'hébergement: l'oenolodge. Inspiré des cagoles, petites maisons de vigneron de forme arrondie qui servaient d'abris, ce chalet en bois respecte les critères de développement durable. En plus de son spa extérieur, l'oenolodge est digne des hôtels haut-de-gamme car on y retrouve une cave à vin avec plusieurs bouteilles de beaujolais, des livres et jeux de société sur le vin, et des huiles essentielles à base de vinothérapie.

Véritable ambassadeur du territoire, l'oenolodge a reçu le prix de l'« Innovation Tourisme 2010 » de la région Rhône-Alpes dans la catégorie « Tourisme durable – écotourisme ».

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

BONNES PRATIQUES

Les *greeters*, ces guides touristiques pas comme les autres

Un guide touristique d'un nouveau genre, le *greeter* est apparu il y a une vingtaine d'années aux États-Unis. Ce sont des bénévoles amoureux de leur quartier, leur ville ou leur région qui se regroupent en réseau et proposent aux touristes des visites originales. Ce concept est apparu depuis 2007 dans des grandes villes françaises et il s'étend à présent dans certaines régions rurales. Selon les activités que le touriste veut pratiquer (art et culture, promenade à vélo, gastronomie, Histoire locale, etc.), le site Internet de l'association propose une liste de *greeters* avec leurs portraits et quelques vidéos.



Source : Les Greeters made in Pas-de-Calais
<http://www.greeters62.com/visite-pas-de-calais/rencontrer-greeter/promenade-velo-vtt.asp>

[Cliquez ici](#) pour consulter le site internet.

Un séjour parmi les ours

Dans une zone naturelle du Minnesota aux États-Unis, l'observation des ours est devenue un véritable forfait touristique. Le parc propose quatre jours d'observation des ours sur leur lieu de vie, encadré par un biologiste. Le forfait de 1 500 USD par personne comprend l'hébergement dans un chalet rustique au cœur de la forêt, des expéditions pour traquer les ours, les observer et les photographier. Le scientifique les guide à travers la forêt, leur explique son travail et les sensibilise à la protection de cet animal.

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

WEB & NOUVELLES TECHNOS

Frise chronologique augmentée dans les jardins d'un musée

Les murs du jardin du Musée de Saint-Lizier en France ont été recouverts d'une frise décorative, historique et interactive qui se déroule sur plus de 130 m de long. Elle propose au visiteur d'accéder à des contenus multimédia via son mobile. La frise reprend la chronologie de l'Histoire de France, de l'époque romaine jusqu'à aujourd'hui. Des dates phares et des événements marquants sont mis en avant et certaines disposent d'un QR code qui permet d'apporter un complément d'information via le lien vers des pages Wikipédia. C'est un support culturel et pédagogique qui s'ajoute aux expositions de ce musée d'archéologie, des arts et traditions populaires.

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

Explorateur de vacances vues du ciel en 3D

Le site villascOpic.com, qui recense des locations de vacances, a intégré un nouvel outil de géolocalisation permettant de visualiser les lieux en 3D vu du ciel, fonctionnalité de Google Earth.



Cette utilisation des technologies géospatiales appliquées au domaine du tourisme permet de parcourir la planète à la recherche de l'endroit rêvé et de visualiser les locations qui s'y trouvent. Le moteur de recherche permet aussi de trouver un logement selon des critères précis.

[Cliquez ici](#) pour consulter le site internet.

Pas de coupure estivale pour les médias sociaux

La popularité des téléphones intelligents et tablettes électroniques poussent les entreprises à ajuster leurs stratégies. Aujourd'hui, les internautes naviguent sur le Web non seulement depuis leur travail et leur maison, mais aussi lors de leurs déplacements et leurs vacances. La saison estivale n'est à présent plus une période creuse en terme de fréquentation sur le Web et les entreprises doivent saisir cette opportunité pour lancer des actions de promotion, de marketing et d'interactions sur les réseaux sociaux. Voici quelques suggestions :

- Publication de contenus en rapport avec les loisirs de vacances (plage, sports, balades...);
- Sollicitation de la communauté (vos lieux de vacances préférés ?, plage ou piscine ?, montagne ou campagne ?);
- Partage de bonnes adresses ou bons plans (restos ou bars) avec recueil d'avis ou astuces;
- Organisation d'animations et d'interactions sociales localisées;
- Mise en place de jeux-concours saisonniers (le plus beau look de plage, la meilleure recette à l'huile d'olive), etc.

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

TENDANCES ET MARCHÉS

Profil du touriste en gîtes et chambres d'hôtes en France

Une récente étude menée par Toprural auprès de 1017 internautes analyse les habitudes de consommation du «touriste vert» en France et les préférences des adeptes de gîtes et chambres d'hôtes. Voici quelques points saillant :

- 47% des Français se disent des utilisateurs réguliers de logements ruraux, gîtes ou chambres d'hôtes, un chiffre qui laisse entrevoir l'importance et le potentiel économique de cette offre de tourisme;
- 64% de ces adeptes du tourisme rural n'ont pas changé leurs habitudes de vacances à cause de la crise économique et 23% d'entre eux sont même partis plus souvent que les autres années.

À la suite de leur profil, l'étude dresse leur comportement et leurs attentes.

[Cliquez ici](#) pour consulter les résultats du sondage.

Du tourisme d'affaires dans les milieux ruraux

Dans le but de développer les événements d'affaires dans la région de Tuolumne au Nord de la Californie, le bureau de tourisme a fait appel au consultant Bruce Tepper, spécialisé dans le tourisme d'affaires et l'industrie des congrès. Ce dernier est persuadé que les organisateurs d'événements devraient s'orienter vers des lieux ruraux et des hôtels trois étoiles afin de réduire le coût des réunions et en faciliter leur planification. De plus, les hôtels sont les ambassadeurs de la destination puisque les organisateurs se font une opinion et prennent leur décision en fonction de l'hébergement.

Le bureau de tourisme de Tuolumne, où se trouve le *Yosemite National Park*, a ainsi entrepris plusieurs actions afin d'attirer cette clientèle. Il a rejoint le *Meeting Professionals International*, il participe à des congrès régionaux et recense sur son site Internet les [offres](#) hôtelières, de divertissements, les lieux pour les banquets, etc. Enfin, il a commencé à redéfinir une image de marque plus claire et ciblée et encourage ses membres à être présents sur ce marché.

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

Comportements des Américains pour leurs prochaines vacances

Une nouvelle étude de HomeAway révèle que malgré les hausses du prix de l'essence, 81% des Américains prévoient partir en vacances cet été, mais ajusteront leurs plans afin de réduire leurs dépenses.

Parmi ceux qui partent habituellement en vacances, 62% réduiront le coût de leur voyage, dont :

- 27% resteront plus près de leur lieu de résidence;
- 20% réduiront le coût de l'hébergement, des divertissements et des restaurants;
- 13% voyageront moins longtemps.

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



Treepee, la tente suspendue

Treepee est un produit venant du Royaume-Uni, un mélange entre une cabane suspendue dans les arbres et une tente qui peut aussi servir de trampoline !



[Cliquez ici](#) pour consulter le site internet

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Un nouveau concept d'hôtellerie écologique 2 étoiles: EcoNuit

Le premier hôtel de cette chaîne éco-design à 39 euros la nuit va ouvrir ses portes en juin prochain en France. Toute sa structure est naturelle (construction en thermopierre, panneaux photovoltaïques et récupérateurs d'eau de pluie) et les installations intérieures sont écologiques. Le design n'a pas été mis de côté puisque quatre ambiances différentes sont proposées dans les chambres. En effet, la couleur change sur le mur de la tête de lit, à l'intérieur du placard, ainsi que sur le mur de l'espace douche. Grâce aux peintures minérales, placages en noyer et revêtements de sols recyclés, le design écologique est entré dans une chaîne 2 étoiles économique !



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

La première station de montagne au monde à être autosuffisante

La station de ski Berkshire East est la première au monde à produire assez d'énergie pour être autosuffisante, grâce à son éolienne de 900 kilowatt. En grande partie subventionnée par l'État et le pays, l'éolienne permet à la station de diminuer son empreinte carbone et d'économiser des coûts d'énergie.



[Cliquer ici](#) pour consulter 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:



Partenaires du système de veille stratégique
et d'indicateurs touristiques **des Laurentides**

The image displays a collection of logos for the partners of the strategic monitoring system and tourism indicators of the Laurentides region. The logos include: TOURISME LAURENTIDES (with a stylized mountain and sun), TOURISME Mont-Tremblant (with a stylized mountain range), CLD LAURENTIDES (with the letters 'CLD' in blue and yellow), ACCORD Laurentides (with a blue arc and the text 'Cadrans d'excellence touristique et innovatrice quatre saisons'), CLD des Pays-d'en-Haut (with a pine cone and leaves), D'ANTOINE-LABELLE (with the letters 'CLD' in blue and yellow), and ARGENTEUIL - MIRABEL - DEUX-MONTAGNES - RIVIÈRE-DU-NORD (with the letters 'CLD' in blue and yellow).

