



En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :



Édition Mars 2012

STRATÉGIES ET PRODUITS



Quand le vélo devient un outil de développement

La communauté de Steamboat Springs, au Colorado, s'est dotée d'une mission qui consiste à promouvoir le développement économique, le tourisme et à rehausser le style de vie par l'entremise du vélo. Un groupe de travail, dont le but est de faire de Steamboat Spring la destination ultime pour des expériences cyclables, a été mis sur pied. Jusqu'à maintenant, l'industrie touristique de la région carbure au ski. On souhaite créer le même engouement en été avec le vélo.

[En savoir plus](#) +



Villages à louer

L'initiative «Rent a Village» consiste à mettre un village complet à la disposition d'une entreprise qui organise un événement spécial. Les hôtels, les salles de conférences, mais aussi les rues et les places publiques peuvent être personnalisées. On peut ainsi y changer les noms, y intégrer une monnaie aux couleurs de l'entreprise ou encore sculpter le logo dans une pente de ski. Une foule d'options sont offertes, le temps de l'événement, pour transformer l'un des 11 villages à louer qui sont situés en Allemagne, en Autriche et en Suisse.

[En savoir plus](#) +



Du geocaching pour promouvoir la destination

L'organisme de gestion de la destination de North Wales Borderlands (au Pays de Galles) a mis sur pied un parcours d'aventure basé sur la géocache (activité de chasse aux trésors à l'aide d'un GPS). Les visiteurs sont invités à télécharger une application sur leur appareil intelligent et à se lancer à la découverte d'objets dissimulés à travers la région. [Cliquez ici](#) pour visionner la vidéo promotionnelle.

[En savoir plus](#) +



Un centre de villégiature dans une falaise

La construction en terrain extrême est l'une des spécialités de la firme d'architecture danoise The David Garcia Studio. Cette dernière conçoit des projets extravagants à travers le monde. Ses créations sont élaborées en fonction du milieu d'accueil. Ses conceptions modernes sont non seulement esthétiques, mais elles offrent une expérience unique aux visiteurs. C'est, du moins, le cas du centre de villégiature mexicain en équilibre sur une falaise qui offre une vue imprenable sur les vignobles.

[En savoir plus](#) +



Un bar à champagne en pleine montagne

L'hôtel de luxe The Little Nell implanté à 11 000 pieds d'altitude à Aspen au Colorado, lance « The Oasis », un bar à champagne, mobile, en plein air. Celui-ci est agrémenté de parasols, de chaises longues, d'un système de son à énergie solaire et d'autres composantes accrocheuses. Le bar changera de site sans préavis. Pour obtenir les indices et découvrir le lieu secret du bar pour la journée, les clients doivent suivre l'hôtel sur Twitter ou sur Facebook.

[En savoir plus](#) +

BONNES PRATIQUES



L'Écosse pousse à la créativité

L'organisme de promotion VisitScotland a mis sur pied le programme «The Year of Creative Scotland 2012» pour inciter les entreprises touristiques à développer des partenariats pour mieux vendre l'Écosse. Une série d'activités et d'outils de promotion sont mis à la disposition des intervenants. VisitScotland souhaite aussi présenter des cas de bonnes pratiques et demande aux organisations de partager leurs idées et leurs bons coups. Se positionner comme l'une des nations les plus créatives, voilà, l'objectif de VisitScotland.

[En savoir plus](#) +

WEB ET NOUVELLES TECHNOS



Une application à l'affût des conditions de ski et des promotions

Cette nouvelle application offerte par Liftopia, un site Web qui vend des billets de ski à rabais, permet de faire des recherches sur les offres promotionnelles des stations de ski, de consulter les conditions météorologiques et de planifier un voyage de ski n'importe où aux États-Unis. Cette application offre la sauvegarde des stations préférées des usagers et de l'information sur :

- la météo;
- la quantité de neige fraîche;
- le nombre de sentiers et de remonte-pentes ouverts.

L'application donne également de l'information spécifique pour chaque station comme des photos, les équipements disponibles et le nombre de pistes selon le niveau de difficulté. Une fois la station choisie, l'utilisateur peut réserver son billet de remonte-pente directement à partir de son appareil mobile.

[En savoir plus](#) +



Conseils élémentaires pour améliorer votre présence sur Twitter

L'importance pour une entreprise d'être active sur les médias sociaux est un sujet qui revient constamment. Bien qu'une forte majorité des utilisateurs de médias sociaux ont recours à Facebook, il ne faut pas pour autant négliger d'autres avenues, telles que Twitter. Ce réseau social comptait plus de 100 millions d'utilisateurs en septembre 2011. De ce nombre, près de la moitié visite leur compte tous les jours. Si tout ce que vous connaissez de Twitter est son nom et que vous souhaitez vous lancer, voici quelques pistes qui pourraient vous aider.

En savoir plus +

TENDANCES ET MARCHÉS



Les personnes avec une incapacité physique: un marché de plus d'un milliard de dollars

L'organisme Kéroul, qui travaille à accroître l'accessibilité dans les attractions et services culturels et touristiques pour les personnes ayant une incapacité physique, dévoile les résultats d'une étude concernant l'ampleur de ce marché. D'abord, ce dernier serait composé de plus de 800 000 Québécois. Parmi eux, 64 % ont 55 ans et plus et 28 % disposent de revenus familiaux de plus de 40 000 \$. Plus de la moitié (59 %) ont effectué au moins un voyage au cours des 24 derniers mois, pour une moyenne de près de six séjours pour cette même période. Pour consulter le rapport, visitez le [site Web](#) de Kéroul.

En savoir plus +



De plus en plus de voyageuses!

Selon Marybeth Bond, auteure pour le National Geographic et blogueuse, l'industrie touristique connaît une croissance du nombre de femmes de tous âges voyageant à la fois pour le plaisir et pour les affaires. L'auteure affirme que :

- 72 millions de femmes américaines ont voyagé dans la dernière année et elles ont dépensé près de 125 milliards de dollars US;
- au cours des dernières années, on note une croissance de 230 % du nombre d'opérateurs de tours pour femmes seulement;
- les escapades entre filles représentent un marché d'environ 200 millions de dollars US.

En savoir plus +



Les spas d'hôtels davantage affectés par la récession

Selon une étude de PKF Consulting USA, la récession a eu un impact plus marqué sur la vente de forfaits spa en milieu hôtelier que sur l'hôtellerie en général. En moyenne, les spas d'hôtels ont vu des baisses de 10,5 % de leurs recettes et bénéfices. Les spas d'hôtel de villégiature ont connu une diminution de 13,6 % tandis que les spas d'hôtels urbains s'en tirent mieux avec une baisse de seulement 1,2 %.

En savoir plus +

PENSEZ AUTREMENT



Des cabines de sauveteurs en chambres d'hôtel

La ville de Tel-Aviv, en partenariat avec les hôtels Atlas, veulent recycler les cabines des sauveteurs de plage pour en faire des établissements hôteliers. Nommé Pixels, le projet s'inspire d'un concept autrichien, qui consiste à recycler des locaux abandonnés en chambres d'hôtel non conventionnelles. Selon un communiqué de l'Office de tourisme israélien, ces Pixels devraient voir le jour prochainement.

[En savoir plus](#) +

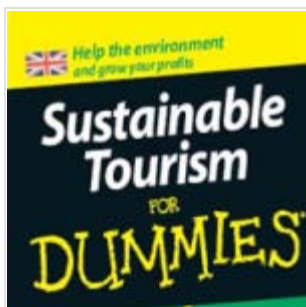


Le chalet de ski revisité

Avec ses murs de béton et son mobilier minimaliste, le Chalet Beranger à St Martin de Belleville dans les Alpes françaises, a peu en commun avec le chalet de montagne traditionnel. Conçu par le designer Noé Duchaufour-Lawrence, cette habitation contemporaine comprend notamment un escalier en acier, des luminaires de type industriel ainsi que du mobilier flottant.

[En savoir plus](#) +

DÉVELOPPEMENT DURABLE



Le tourisme durable pour les nuls

Un guide simple pour que les entreprises adoptent des comportements plus durables, voilà l'objectif du livret «Sustainable Tourism for dummies», disponible gratuitement en format PDF sur le site de VisitEngland. Il expose les enjeux stratégiques reliés au tourisme durable mais aussi de nombreuses astuces pour améliorer la performance environnementale de l'entreprise.

[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.