



En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :



Édition Juin 2012

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 valorisation d'une destination touristique par l'aménagement floral](#)

Par Aude Lenoir

STRATÉGIES ET PRODUITS



Initiation au camping en Ontario

Parcs Ontario lance une initiative afin d'inciter à la pratique du camping. Le programme Apprendre à camper @ Parcs Ontario s'adresse aux campeurs débutants, aux urbains et aux communautés culturelles comme aux anciens campeurs qui ressentent le besoin d'être accompagnés pour se remettre à cette activité. À l'été 2011, un projet pilote s'est déroulé dans trois parcs à proximité de Toronto. Le succès fut tel que l'expérience se répète en 2012 à travers 13 parcs provinciaux afin d'accueillir 3000 nouveaux campeurs. Visionnez la [vidéo](#).

[En savoir plus](#) +



Impliquer les résidents et les voyageurs dans la promotion touristique

L'État du Connecticut dévoilait récemment son nouveau slogan: «Still Revolutionary» faisant référence à son histoire, à sa culture. Ce dernier s'inscrit dans une démarche de 27 millions USD mise en branle il y a deux ans pour mousser le tourisme. Plus de 1500 résidents ont été consultés pour cette campagne. De plus, le Department of Economic and Community Development (DECD) invitait les résidents et les visiteurs à partager ce qu'ils aiment le plus de leur vie, de leur travail et de leurs voyages au Connecticut sur une [plateforme Web](#). Les internautes pouvaient voter, jusqu'au 25 mai dernier, pour leur histoire préférée.

[En savoir plus](#) +

Dessine-moi tes vacances!

Dans le même esprit que le Connecticut, l'État de New York demande à ses



résidents et aux touristes de personnaliser le célèbre logo «I Love NY» en soumettant un dessin fait à la main. Celui-ci doit être numérisé puis transmis en ligne. Chaque dessin apparaît dans la galerie du site [Web iloveny.com](http://Web.iloveny.com). Cette campagne inclut également des messages publicitaires pour la [télévision](#).

En savoir plus +



L'Utah dans le métro de San Francisco!

Le Utah Office of Tourism descend dans métro de San Francisco pour séduire les usagers. À l'occasion d'une campagne de promotion pour la saison printemps/été 2012, le corridor de la station Montgomery Street s'est vu transformé en arche, image emblématique du Arches National Park. Visionnez la [vidéo](#) et observez la réaction des usagers.

En savoir plus +

BONNES PRATIQUES



Mettre en valeur les produits frais et locaux

Une nouvelle initiative de l'Écosse salue les entreprises qui offrent des produits alimentaires de saison, frais et de qualité et qui en affichent la provenance. Ce projet, mis de l'avant par le gouvernement écossais et VisitScotland, vise les hôtels et les B&B, les restaurants et marchés, et les attraits touristiques. L'objectif consiste à atteindre 1000 «Scottish Food Champions» d'ici 2015. Ce programme s'ajoute à la promotion [EatScotland](#) qui met également de l'avant les produits du terroir.

En savoir plus +

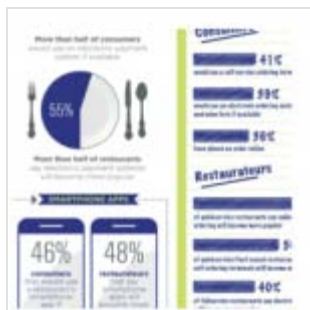
WEB ET NOUVELLES TECHNOS



Les courriels sur appareil mobile

Plus du tiers (36%) des consommateurs lisent leurs courriels publicitaires à partir d'un appareil mobile. Cette proportion grimpe à 55% parmi les 18 à 34 ans, selon une étude de l'agence Steel. Ces résultats rappellent l'importance pour une entreprise d'ajuster sa [stratégie](#) marketing par courriel pour les appareils mobiles, comme d'utiliser un plus petit nombre de caractères.

En savoir plus +



La techno et les restos

Selon le regroupement américain The National Restaurant Association (NRA), 45% des gens choisissent un restaurant avec l'aide d'un guide en ligne. Les avis en ligne des autres consommateurs exercent aussi beaucoup d'influence; 57% des clients habituels s'y fient. La NRA publie une [infographie](#) illustrant à quel point la technologie Web et mobile transforme le monde de la restauration.

En savoir plus +

GESTION ET RESSOURCES HUMAINES



Trois façons de favoriser la créativité

Une spécialiste des tendances dans les petites entreprises, Anita Campbell, propose quelques moyens pour inciter vos employés à innover.

- Ajouter l'innovation à la description de tâche. Elle doit s'inscrire dans le rôle de chaque employé afin d'obtenir un foisonnement d'idées provenant des diverses fonctions de l'entreprise.
- Considérer l'innovation dans l'évaluation des employés. Pour être prise au sérieux, l'innovation doit faire partie des points d'évaluation, comme le nombre d'idées soumises, leur pertinence, l'influence de ces idées sur les collègues, etc.
- Récompenser les bonnes idées. Il existe plusieurs façons de souligner un bon coup, tout dépend de la taille de l'entreprise et des répercussions liées à cette nouvelle idée. L'ampleur de la récompense doit être cohérente.

[En savoir plus](#) +

TENDANCES ET MARCHÉS



Le profil des cyclotouristes aux États-Unis

À l'automne dernier, l'Adventure Cycling Association réalisait un sondage auprès de 1300 cyclotouristes afin de mieux cerner leur profil et leurs comportements de voyages à vélo. L'organisme américain dévoile maintenant les résultats. En voici quelques-uns:

- 28% ont moins de 40 ans;
- 29% partent pour moins d'une semaine et autant pour 1 à 2 semaines;
- 47% dépensent 25\$ à 75\$ par jour, 31% déboursent plus de 75\$ par jour;
- les principales caractéristiques recherchées sont les paysages, surtout panoramiques et les sites historiques.

[En savoir plus](#) +



Les skieurs chinois: un marché qui monte en flèche

La Commission canadienne du tourisme (CCT), avec la Colombie-Britannique et l'Alberta, vient de publier une étude sur le potentiel des skieurs chinois pour les voyages au Canada. L'industrie du ski en Chine est en pleine explosion ainsi que le nombre de skieurs. Celui-ci serait passé de 10 000 en 1996, à quelque cinq millions en 2010. Il s'agit surtout de skieurs novices. Ceux qui aiment voyager pour pratiquer cette activité recherchent des stations fiables, proposant de bonnes conditions d'enneigement, de beaux paysages et des prix abordables.

[En savoir plus](#) +

PENSEZ AUTREMENT



Des sculptures dans les pistes de ski!

Salvador Dalí était à l'honneur l'hiver dernier dans les pistes de ski de la station de Megève, en Haute-Savoie. Les skieurs pouvaient admirer les œuvres qui ponctuaient les pistes ainsi que différents endroits de la station. Voilà un musée à ciel ouvert unique en son genre... tout comme l'artiste!

[En savoir plus](#) +

DÉVELOPPEMENT DURABLE



Des voyageurs de plus en plus soucieux de l'environnement

Parmi les membres du site de voyage TripAdvisor, 71% affirment qu'ils feront des choix davantage écoresponsables lors de leur prochain voyage, comparativement à 65% l'année dernière. Voici un aperçu des résultats de l'étude de TripAdvisor réalisée auprès de 700 voyageurs américains:

- 57% affirment prendre «souvent» des décisions écoresponsables en voyage comme dans le choix de l'hôtel, le transport ou la provenance de la nourriture;
- 44% disent se soucier davantage de l'environnement à la maison qu'en voyage;
- 47% pensent agir de façon écoresponsable autant en voyage qu'à la maison.

Les pratiques les plus courantes parmi les répondants sont:

- Éteindre les lumières en quittant la chambre (88%)
- Participer au programme de réutilisation des draps/serviettes (80%)
- Faire du recyclage (57%)

[En savoir plus](#) +



Verdir le transport

Pour réduire la congestion sur les routes et diminuer la pression sur les stationnements des centres de ski, Keystone Resort, au Colorado, récompense les visiteurs qui font du covoiturage. En effet, les automobiles comprenant quatre passagers ou plus sont dirigées vers les meilleures places de stationnement, qui leur sont d'ailleurs réservées.

[En savoir plus](#) +

ANALYSE DU RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME

La valorisation d'une destination touristique par l'aménagement floral

Les fleurs et les plantes contribuent à l'embellissement des villes, des maisons et des lieux touristiques. L'aménagement floral au sein d'espaces publics ou privés est un prétexte au spectacle ou à l'animation, mais permet surtout la revitalisation et la consolidation de l'attractivité touristique du lieu. En étant une composante des



jardins et des espaces verts, comment peut-il accroître l'attrait d'une destination?

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.