

En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :



Édition Mars 2014

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):

[L'entrée de votre ville est-elle accueillante?](#)

Par Claudine Barry

STRATÉGIES ET PRODUITS



Refuge contemporain pour cyclotouristes

La structure étonnante de cet abri est conçue pour profiter de la lumière et de la brise des montagnes du Chili. Le cycliste et sa monture s'y trouvent en sécurité des intempéries. Le refuge offre des bases de lit en bois permettant aux campeurs d'y ajouter leur équipement tels matelas et sac de couchage. Les lieux sont disponibles sans réservation.

[En savoir plus](#) +



Le tourisme hivernal se réinvente

Cherchant à mettre en valeur leurs atouts hivernaux, les destinations développent des activités originales et des événements grandioses afin de se démarquer. Voici quelques initiatives qui ont attiré notre attention.

[En savoir plus](#) +



Club Med fait appel au crowdsourcing

Le groupe Club Med interpelle les internautes pour développer son nouveau centre de villégiature vedette à Val Thorens, dans les Alpes françaises. La collaboration se produit en sept étapes via la [page Facebook](#) de Club Med. D'ici le 1^{er} mai 2014, les fans de la page peuvent voter pour sélectionner certains aspects clés du développement comme le logo, le design des chambres et les activités d'après-ski. Pour solliciter la participation, chaque vote donne une chance d'obtenir le titre de fan V.I.P. et un séjour exclusif de sept nuits lors de l'événement inaugural en décembre

2014.

En savoir plus +



Nouvelle activité: la luge à genoux

Le projet de l'architecte derrière la Mad River Rocket Sled consistait à créer une luge pour adultes qui permet de descendre dans les sous-bois. On s'y installe à genoux, les jambes bien attachées au fond du traîneau et l'on contrôle la direction avec les bras.

En savoir plus +



Le Fatbike: gérer la croissance

Les ventes de [Fatbike](#), ces bicyclettes aux larges pneus permettant de rouler sur la neige et le sable, ont doublé depuis l'hiver 2013. Le Fatbike circule toutefois difficilement dans la neige non tassée. Les utilisateurs préfèrent les sentiers damés, impliquant un possible conflit avec les skieurs de fond. Certaines destinations réservent la pratique du Fatbike aux pistes de type «pas de patin» et de raquette. Avec la croissance fulgurante de cette activité qui offre de belles possibilités en tout temps, même lorsque la neige n'est pas au rendez-vous, il faut prévoir des sentiers où la pratique du Fatbike est compatible avec les autres sports.

En savoir plus +

BONNES PRATIQUES



Cibler des segments de clientèle avec Pinterest

Pinterest constitue la plateforme sociale connaissant la croissance la plus rapide. Les gens l'utilisent notamment pour planifier leurs voyages. L'outil [Place Pins](#) permet aux utilisateurs de créer des cartes géographiques sur lesquelles ils «épinglent» les lieux qui les intéressent, comme des attractions, des restaurants, des hôtels ou autres commerces. Les hôteliers peuvent créer de telles cartes pour aider les voyageurs dans l'organisation de leur séjour et les attirer vers leur établissement. Ce [lien](#) vous indique les étapes pour créer une carte Place Pins.

En savoir plus +

WEB ET NOUVELLES TECHNOS



Cmamontagne.com: pour les amoureux de la montagne

En février dernier, l'organisme France Montagne lançait, une nouvelle plateforme de partage Web permettant aux internautes de publier des photos, des vidéos et leurs coups de cœur liés à la montagne. Les publications sont classées par catégorie, comme Gastronomie, Culture et patrimoine, Sports et adrénaline ou encore Zen et bien-être. Cmamontagne favorise le transfert d'information et de bons plans entre les voyageurs tout en moussant l'intérêt pour les séjours à la montagne.

En savoir plus +

GESTION ET RESSOURCES HUMAINES



Service à la clientèle: s'inspirer de Disney

Le service à la clientèle est l'une des marques de commerce de Disney. Voici trois éléments caractéristiques de ce service dont toute entreprise pourrait s'inspirer:

- *The Show Must Go On.* Dans les parcs de Disney, on emprunte le vocabulaire du milieu du spectacle. Les employés sont des acteurs ou *cast members* en représentation sur la scène qui couvre tout lieu accessible au visiteur. Ce qui se passe à l'arrière-scène doit demeurer à l'arrière-scène.
- La personnalisation. Même dans une très grande entreprise qui reçoit des milliers de visiteurs quotidiennement, on personnalise le service. Par exemple, les clients dont c'est la première visite, reçoivent une cocarde à leur nom afin que les employés puissent les accueillir personnellement.
- Des lieux propres. Malgré les foules, les parcs de Disney sont toujours très propres. Des poubelles sont accessibles à tous les 25 pas pour éviter que les gens aient la tentation de jeter des déchets par terre.

[En savoir plus](#) +

TENDANCES ET MARCHÉS



Le voyageur connecté et son impact sur l'industrie

La technologie se perfectionne et les voyageurs l'adoptent de plus en plus pour planifier leurs voyages et procéder aux réservations. Voici quelques tendances qui découlent de cette adhésion croissante des voyageurs pour les outils en ligne et mobiles.

- Réservation mobile et de dernière minute, parfois même devant l'hôtel, l'attrait ou le comptoir de location de voiture.
- Multiplication des plateformes de location ou de partage de particulier à particulier, pour l'hébergement, la voiture, mais aussi des itinéraires de voyages, des coups de cœur, etc.
- Prolongation des voyages d'affaires pour l'agrément, surtout parmi les membres de la génération Y.
- Personnalisation de l'offre grâce aux informations partagées sur les médias sociaux et les applications mobiles.

[En savoir plus](#) +



Une offre grandissante pour des micro réunions

Des hôtels créent des aménagements pour les voyageurs d'affaires qui souhaitent se réunir en petits groupes. Le Marriott Courtyard de la Nouvelle-Orléans propose, dans le lobby, des *Pods* offrant un peu d'intimité tout en demeurant à aires ouvertes. L'espace comprend un écran avec connexion Wi-Fi ainsi que quelques places assises. Deux ou trois personnes peuvent ainsi discuter, naviguer sur le Web ou encore ajouter des interlocuteurs par une plateforme d'appel vidéo, par exemple. Il s'agit d'une bonne façon d'attirer les voyageurs d'affaires.

[En savoir plus](#) +

PENSER AUTREMENT



Des modules de jeux inspirés du ski



Au centre de villégiature de Vail, au Colorado, la Ville a fait aménager un parc original et symbolique. Des structures de lattes de bois rappelant les premières planches de ski forment d'élégants nids d'oiseaux connectés en réseau. Le concept derrière le projet mise sur les liens entre l'humain et la nature; l'usage de matériaux non toxiques fut une priorité dans la conception. Le parc est illuminé le soir.

[En savoir plus](#) +

DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES



Avenir incertain pour des petites stations de ski françaises

Des coûts d'exploitation élevés, la nécessité d'investir pour demeurer compétitif et le manque de neige menacent l'avenir des petites stations de ski, surtout celle situées en basse altitude. Pour tirer leur épingle du jeu, certaines destinations misent davantage sur leurs atouts et l'authenticité des lieux en opposition à ce que l'on trouve dans les grands domaines skiables. Ces stations adoptent aussi des stratégies tarifaires selon les périodes, développent des partenariats avec des entreprises locales et proposent une offre estivale afin de créer d'autres centres de profits.

[En savoir plus](#) +

ANALYSE DU RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME



L'entrée de votre ville est-elle accueillante?

Le visuel qu'offre l'arrivée à destination constitue une belle occasion pour une ville de donner une bonne première impression. Contrôler l'affichage commercial, embellir les entrées et intégrer harmonieusement une signalétique efficace font partie des actions à considérer.

[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.