



En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :

Édition Juillet 2013

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):

[Les gîtes: comment mettre en valeur vos atouts](#)

par Claudine Barry

STRATÉGIES ET PRODUITS



Multiplication des plateformes de jeux sur l'eau en France

La France compte plus d'une centaine de lieux avec des jeux gonflables flottants sur ses plans d'eau. Des organismes publics, des attraits privés comme des campings, des parcs thématiques ou encore des festivals se munissent de ces structures temporaires pour enrichir leur offre. Elles sont flexibles, peuvent être retirées et dégonflées pour être rangées en cas de mauvais temps et en dehors de la saison estivale, et surtout, sont beaucoup moins coûteuses et nuisibles à la faune et à la flore marine que des installations permanentes.

[En savoir plus](#) +



Après le glamping, le «cabineering»!

Pour mieux répondre aux voyageurs en quête d'expériences, West Yellowstone met à la disposition des touristes d'aventure une cinquantaine de cabines. Le confort de la maison avec les avantages de l'hôtel, le tout dans des endroits reculés dans une nature spectaculaire, voilà ce qu'offrent les Explorer Cabins situées aux portes du célèbre parc national de Yellowstone. Cette tendance du «cabineering», comme l'indique le promoteur de ce projet, interpelle aussi les familles multigénérationnelles.

[En savoir plus](#) +

Des scooters électriques pour se promener en forêt

Au centre touristique [Network Carradale](#), en Écosse, les personnes à mobilité réduite peuvent visiter la forêt sur un scooter tout-terrain propulsé à l'électricité. Cette offre permet un accès à tous aux sentiers. Les véhicules ont une vitesse de



pointe de 6,5 km/h sur terrain accidenté et peuvent parcourir jusqu'à 50km.

[En savoir plus](#) +

BONNES PRATIQUES



Cinq trucs pour maintenir un bon site Web

Un site Web attrayant et facile à consulter constitue la clé pour une communication efficace et à faible coût de la marque, pour les grandes comme pour les petites entreprises. Voici quelques astuces pour y arriver:

1. Assurez-vous que le site Web reflète l'activité principale et l'image que vous souhaitez transmettre de votre entreprise.
2. Ayez recours aux vidéos et à la musique pour créer différentes dimensions et prolonger la visite de l'internaute sur le site.
3. Choisissez des images simples qui créent un maximum d'impact.
4. Assurez-vous qu'il ne soit pas encombré et que l'on puisse y naviguer facilement.
5. Actualisez-le régulièrement pour montrer le dynamisme de votre marque.

[En savoir plus](#) +

WEB ET NOUVELLES TECHNOS



Fausse raisons pour ignorer TripAdvisor

Un spécialiste de l'industrie de l'hébergement présente les excuses les plus souvent mentionnées par les hôteliers pour ne pas gérer les commentaires sur le site de voyage TripAdvisor et explique en quoi elles ne sont pas valables. En voici trois.

1. Les avis sont faux. On compte 50 millions d'utilisateurs de TripAdvisor chaque mois. Lorsque des opinions négatives sont émises à propos de votre hôtel, vous devez réagir. Il existe de faux avis, mais il faut avoir l'humilité d'accepter qu'il peut s'agir de vrais clients mécontents et répondre aux plaintes, faire le suivi et corriger le tir s'il y a lieu.
2. C'est une tâche qui occupe trop de temps. Répondre aux avis peut prendre 30 minutes par semaine et il s'agit d'un exercice payant puisqu'il permet d'améliorer son service et son image.
3. Je ne sais pas comment répondre. Il existe de nombreux outils pour y parvenir (lire aussi: [Répondre aux avis publiés en ligne: le faites-vous?](#)). Grosso modo, c'est une tâche facile et simple. Restez professionnel, bref et excusez-vous pour l'expérience négative.

[En savoir plus](#) +

Top 20 des stations de ski sur Facebook



La notoriété des stations de ski sur les médias sociaux peut notamment se mesurer par le nombre de fans inscrits sur leur page Facebook. Selon les données colligées par Planet Ski en février 2013, les 10 premières stations sont nord-américaines, dont cinq appartenant à Vail Resorts. Une seule est canadienne, Whistler; elle occupe le 3e rang avec plus de 130 000 fans. La première place revient à Mammoth Mountain, en Californie et regroupe 150 000 fans. [Cliquez ici](#) pour consultez le graphique tiré de l'Observatoire Valaisain du Tourisme. Inspirez-vous des pages Facebook de ces stations!

En savoir plus +

GESTION ET RESSOURCES HUMAINES



Guide pour interviewer efficacement des candidats

Un candidat charismatique et convainquant peut très bien ne pas correspondre au profil de l'emploi. Il s'agit-là d'une constatation fâcheuse lorsqu'elle est faite après l'embauche. [ClearFit](#) propose un guide gratuit pour mener de bonnes entrevues. On y suggère des questions selon le type de responsabilités mais aussi, plusieurs aspects à observer pendant l'entretien, comme:

- Porter attention à l'énergie que le candidat apporte aux descriptions.
- Être attentif aux détails — comment les réalisations du candidat ont-elles affecté l'organisation dans son ensemble ?
- Être à l'écoute des défis et des stratégies du candidat pour gérer les conflits.
- Ancrer chaque objectif majeur de performance pour le poste avec les réalisations précédentes du candidat.

En savoir plus +



Gérer l'apparence physique des employés: un exercice délicat

L'image des employés est un puissant moyen de communication, il paraît donc légitime pour les organisations de vouloir contrôler cet aspect par la rédaction d'un code vestimentaire. Il s'agit toutefois d'une démarche ardue que les entreprises touristiques ne doivent pas sous-estimer.

En savoir plus +

TENDANCES ET MARCHÉS



L'ampleur du golf touristique

Les golfs à travers le monde veulent profiter de la manne touristique. Les terrains de classe mondiale et les centres de villégiature de golf haut de gamme se multiplient depuis les dix dernières années. Selon le magazine Tourism Review, le golf contribue à raison de 20 milliards USD annuellement à l'industrie touristique en tant qu'activité principale ou secondaire. Environ 56 millions de personnes s'adonnent à ce sport, dont 26,7 millions d'Américains, 5,5 millions d'Européens et 5 millions de Canadiens. Parmi ceux-ci, 5 à 10% voyagent dans le monde dans le but premier de jouer au golf.

En savoir plus +



Quelques tendances pour l'été 2013

La firme Hawkins International PR identifie les plus fortes tendances en hôtellerie de luxe:

- Offrir en vedette des produits locaux: bières de microbrasseries, menus dégustation et spécialités régionales;
- Traitements spa pour hommes;
- Traitements spa de type hammam;
- Vacances familiales multigénérationnelles.

[En savoir plus](#) +

PENSER AUTREMENT



Un terrain de jeu aérien

L'installation [In Orbit](#) de l'artiste Tomàs Saraceno consiste en un réseau de filets suspendus à 18 mètres au-dessus du sol sur lequel déambulent les visiteurs ainsi qu'une douzaine de boules géantes de PVC. La structure est située à côté d'un musée en Allemagne.

[En savoir plus](#) +

DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES



Vélos électriques et bus pour aller à la campagne!

Afin de rendre les transports publics plus attractifs, le projet de recherche Inmod propose un système combinant autobus et vélo à assistance électrique. En essai pour trois ans dans le nord-est de l'Allemagne, le concept vise à ce que les longs trajets soient réalisés en autobus et que les usagers (visiteurs ou résidents) soient plus indépendants en recourant au vélo électrique pour circuler une fois à destination.

[En savoir plus](#) +

ANALYSE DU RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME



Les gîtes: comment mettre en valeur vos atouts

Parce que l'accueil est personnalisé et qu'il n'y a pas deux chambres pareilles, les gîtes offrent des expériences uniques. Encore doivent-ils suggérer un décor et une ambiance attractifs, mettre le tout en valeur sur le Web et sortir du lot!

[En savoir plus](#) +



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.