



En collaboration avec:



Ce e-bulletin est coordonné par :



Édition Février 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):

[Vers des stations de ski plus vertes](#)

par: Claudine Barry

STRATÉGIES ET PRODUITS



Un nouveau parc aquatique intérieur à Jay Peak

Après un avant-midi de ski, pourquoi pas une petite baignade? C'est maintenant possible au Pump House de la station de ski Jay Peak, dans l'État du Vermont, qui a inauguré son parc aquatique intérieur en décembre 2011. Maintenu à des températures tropicales, le Pump House s'inscrit dans une stratégie de diversification afin de prolonger les activités du centre tout au long de l'année. Glissades sur tube, rivière, étang de jeux, mur d'escalade, LaChute – seule glissade d'eau Aqualoop intérieur au monde – vagues de surf, bain à remous, boutiques, bar/restaurant, le tout, sous un toit rétractable. Malgré un début de saison de ski plutôt lent, le centre de villégiature est à pleine capacité, grâce à l'inauguration de son parc aquatique. [Visionnez la vidéo](#) pour avoir un aperçu du Pump House.

En savoir plus



Un projet de sabbatique à Whistler

L'organisme Tourism Whistler a organisé un concours afin de mousser l'image véhiculée par son centre de villégiature et de faire découvrir les multiples activités disponibles. Le gagnant du Whistler Sabbatical Project se méritera un séjour d'un mois incluant 2 billets d'avion aller/retour vers Vancouver, le transport en limousine de Vancouver à Whistler, un mois d'hébergement, 2 laissez-passer de ski pour la durée du séjour, 2 équipements de ski/planche à neige de marque K2 neufs, un mois de salaire et 15 expériences uniques tel que faire du ski/planche à neige avec un athlète olympique. Pour participer au concours, les intéressés n'avaient qu'à visiter le [site Web](#) et s'inscrire gratuitement entre le 17 octobre 2011 et le 31 janvier 2012. Les participants pouvaient également recevoir des entrées supplémentaires en complétant un sondage Web. Le gagnant sera dévoilé le 20 février et le mois «sabbatique» débute le 1er mars.

En savoir plus +



Les petites villes créatives

L'organisation de recherche sur les arts Hill Stratégies publie un document qui rassemble des réflexions et des exemples provenant de différents pays sur l'apport de la culture et des arts dans les villes de petite taille. On souhaite ici faire évoluer l'idée selon laquelle la culture peut contribuer à stimuler l'économie locale, à créer une identité collective ainsi qu'à mobiliser les différents acteurs.

En savoir plus +

BONNES PRATIQUES

Le recours aux produits locaux dans les entreprises

Une étude démontre que le projet «Experiencing Scotland» contribue à améliorer le niveau de satisfaction du visiteur, la performance financière et le chiffre d'affaires des entreprises participantes. Dans le cadre de ce projet, lancé en octobre 2010, 24 entreprises se sont soumises à un examen approfondi de leurs opérations de restauration afin de mettre en place des mesures concrètes pour offrir et promouvoir les produits écossais. La participation à ce projet permet aux entreprises de recevoir les conseils d'affaires d'une firme de consultation en service de traiteur. À cet effet, l'organisme Scottish Enterprise publie une série d'astuces pour améliorer l'intégration de produits régionaux dans l'offre. [Cliquez ici](#) pour en prendre connaissance.

En savoir plus +

WEB ET NOUVELLES TECHNOS



La téléphonie intelligente est très populaire auprès des golfeurs

Selon une étude de la National Golf Foundation, les golfeurs seraient plus enclins que la population générale à utiliser les téléphones intelligents. Ceci joue un rôle sur la stratégie marketing des terrains de golf cherchant à rejoindre cette clientèle. Voici quelques résultats de cette étude.

- 61% des golfeurs américains utilisent déjà la téléphonie intelligente, pourcentage qui grandit sans cesse.
- Près de 30% des golfeurs apprécieraient l'option d'application mobile.
- 2,4 millions de golfeurs américains ont déjà téléchargé une application liée au golf.
- 25% des golfeurs lisent des articles concernant ce sport sur leur téléphone mobile
- 68% ont un profil sur un média social.
- 5,9 millions de golfeurs ont réservé un temps de départ à partir d'un site Web.

En savoir plus +



Dis-moi quels paysages tu préfères, je te dirai où aller! (Compte rendu de conférence)

Le paysage occupe-t-il une place importante dans le choix d'une destination? Quel type d'environnement les voyageurs préfèrent-ils? La plage? La montagne? Les rivières? Certains coins de pays méconnus recèlent de véritables trésors cachés; leur découverte permettrait peut-être à ces régions de développer ou de bonifier leur offre touristique. C'est, du moins, ce que considère un chercheur des Pays-Bas qui a créé une plateforme Web servant à recueillir les préférences des voyageurs en matière de paysage, tout en leur indiquant, par la suite, les destinations

européennes qui correspondent à leurs goûts.

[En savoir plus](#) +

GESTION ET RESSOURCES HUMAINES

Conseils pour un service à la clientèle qui se démarque

L'hospitalité au sens large peut être définie comme l'accueil chaleureux et amical des invités. Cet aspect est souvent négligé. Pourtant, un bon accueil peut amener un client à revenir vers l'entreprise et à référer la compagnie et ses services à leurs parents et amis. Voici quatre actions qui peuvent faire une différence dans l'expérience client :

- 1- s'informer des noms de ses clients et les accueillir dès qu'ils entrent dans l'entreprise;
- 2- prendre le temps de discuter;
- 3- se souvenir des services / produits préférés de ses clients;
- 4- démontrer à ses clients qu'ils sont appréciés (offrir un rabais, un café/boisson).

[En savoir plus](#) +

TENDANCES ET MARCHÉS



Tendances et enjeux en hôtellerie pour 2012

En ce début d'année, Jeff Higley éditeur en chef d'hotelnewsnow.com, énonce quelques grandes tendances qui devraient teinter le milieu hôtelier en 2012. En voici quelques-unes :

- 1- La croissance de la demande persiste, mais à un taux plus faible qu'en 2011.
- 2- Les hôteliers continueront d'expérimenter les médias sociaux, au plus grand bénéfice des consommateurs.
- 3- Sur le plan de la distribution, les hôteliers devront diversifier les canaux et trouver la bonne structure de prix pour que chaque partie y trouve un profit équitable.
- 4- Les agences de prêts vont continuer à être prudentes.
- 5- Beaucoup d'hôteliers vont initier des rénovations de halls et d'espaces publics. De nombreux établissements changeront de bannière.
- 6- Les téléphones mobiles et les tablettes seront des outils de réservation clés d'ici la fin 2012.
- 7- Les hôtels se tourneront davantage vers les sites de commentaires pour évaluer la satisfaction de la clientèle.

L'année 2012 aura certainement des hauts et des bas, mais selon les propriétaires, opérateurs et développeurs d'hôtels, une plus grande stabilité devrait régner.

[En savoir plus](#) +

Tendances spas pour 2012

Des spécialistes en tourisme de santé identifient quelques tendances qui devraient rythmer cette industrie au cours de la prochaine année. En voici trois:

- Camp d'entraînement extrême mais bien dosé. Des programmes d'entraînement physique intense, mais ponctués de périodes de relaxation et davantage conçus sur mesure que par le passé où l'on optait pour l'approche militaire.
- Traitements développés selon les groupes d'âge. Les plus jeunes se verront offrir des soins de prévention pour vieillir en santé alors que pour les 55 ans et plus, on proposera des traitements pour prévenir ou atténuer les malaises causés par

certaines maladies comme l'arthrite ou l'ostéoporose.

- Gurus de la santé. Certaines personnalités liées au milieu de l'activité physique et de la santé sont affiliées à des établissements de spas et attirent une clientèle grandissante, que ce soit pour le yoga, la nutrition, la méditation, etc.

En savoir plus +

PENSEZ AUTREMENT



Un hébergement unique : un hôtel en forme de montagne

Dans les Andes patagoniennes du Sud chilien, au sein de la réserve naturelle de Huilo Huilo, se trouve un hôtel hors du commun. En forme de montagne, le Montana Magica Lodge a été construit par des artisans des communautés environnantes à l'aide de matériaux de grande qualité. Une fontaine à son sommet arrose la végétation qui décore l'extérieur de l'hôtel et permet à ce site d'hébergement de se fondre dans la nature. Aire de jeu, mini-golf, sauna, salle de lecture et accueil personnalisé sont quelques-uns des services offerts par le Lodge.

En savoir plus +



Dormir dans une soucoupe volante

Le Treehotel, en Suède, qui propose de dormir dans des chambres construites dans les arbres, ajoute la soucoupe volante à sa collection. La structure est faite de matériaux composites légers et l'intérieur est aménagé pour loger 4 personnes (2 adultes et deux enfants). Le Treehotel réalise des rêves... après la maison dans les arbres, le vaisseau spatial !

En savoir plus +

DÉVELOPPEMENT DURABLE



Un guide de l'écomobilité pour les stations de montagnes suisses

En septembre 2011, l'Association Transport et Environnement (ATE) a évalué 14 destinations touristiques de la Suisse. Basée sur l'accès en transports publics, les possibilités de déplacement dans la région et la qualité de l'information disponible pour un séjour sans voiture, cette évaluation permet pour la première fois aux visiteurs potentiels de choisir leur destination selon des critères de mobilité durable. Le guide, qui inclut le classement des stations de ski, les critères détaillés d'évaluation et certaines recommandations, est téléchargeable.

En savoir plus +

Offre touristique écoresponsable : 20 projets innovants

Selon un site Web qui se spécialise en tourisme vert, [Greentraveller](#), des initiatives vertes crédibles pour un hôtel sont pratiquement devenues aussi importantes qu'un design séduisant. Le Greentraveller propose une liste de projets identifiés en 2011 qui méritent notre attention. En voici quelques-uns du Royaume-Uni:



- Little White Alice. Cet ensemble de cottages fait de pierres et de bois peuvent chacun recevoir de deux à huit personnes. Une éolienne produit la plus grande part de l'électricité nécessaire, alors que des panneaux solaires permettent de générer ce qu'il faut pour chauffer l'eau.
- Tregulland. Récemment rénové pour optimiser le recours aux énergies renouvelables, l'établissement d'hébergement utilise la biomasse et l'énergie solaire pour le chauffage des unités et de l'eau de la piscine et du spa.
- Glastonbury Festival. Les festivaliers muni de billets de l'édition 2011, qui se sont rendus au festival par autobus ou en vélo, ont reçu un coupon leur donnant des rabais pour les repas et les t-shirts ainsi qu'un accès gratuit aux toilettes (système de compost pour le traitement des eaux usées) et aux douches alimentées par l'énergie solaire.

[En savoir plus](#) +

ANALYSE DU RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME



Pour des stations de ski plus vertes

Pistes de ski de différents calibres et pour tous les goûts, conditions d'enneigement optimales, remontées mécaniques efficaces, etc.: les stations de ski doivent répondre aux exigences élevées d'une clientèle sollicitée de toutes parts. Ces aménagements exercent une pression sur les milieux montagneux, qui constituent déjà des environnements fragiles. Alors, comment relever ces défis tout en adoptant une approche de développement durable? Certaines stations diversifient leurs ressources énergétiques, d'autres choisissent des zones moins sensibles en forêt pour créer de nouvelles pistes. Voici un survol des répercussions du ski sur les milieux d'accueil ainsi que quelques exemples de pratiques vertes.

[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.