

Souscription au Cdrom annuel du Cabinet Raffour Interactif

"Courts séjours, vacances, nouvelles tendances et e-tourisme"
et livraison de l'étude sur les comparateurs de tourisme,
de l'étude sur les séjours culturels préparés en ligne, d'une synthèse
de l'étude sur les nouveaux comportements de la clientèle en agence
de voyages, d'un mémorandum juridique e-tourisme, de tous les
supports de la conférence du 10 juin 2008

Ce Cdrom est une édition à part entière. Toutes les informations contenues
représentent une source opérationnelle d'informations de premier ordre.

Vous bénéficierez en le consultant des nouvelles tendances de consommation
touristique les plus récentes du secteur, d'une description très précise des
touristes et des e-touristes de loisir, d'une analyse des comportements des
précurseurs et de leur exigence croissante provoquée par leur utilisation des
comparateurs en ligne de tourisme, de la façon dont ils préparent et
s'intéressent aux séjours culturels.

Ce Cdrom contient six types de documents

**A) Notre nouvelle étude Baromètre complète "Courts séjours, Vacances, Tendances
et Internet, bilan 2007 et perspectives". Elle est devenue la référence du secteur.**

Le questionnaire a été mis au point en octobre 2007 après des réunions qualitatives avec des
voyageurs, en analysant les principales tendances issues de notre veille et en tenant compte
des résultats des précédents baromètres (celui de 2008 est le 6ème). Le terrain face à face à
domicile a été mené par des enquêteurs professionnels pendant les mois de janvier 2008
auprès de 1000 personnes représentatives de la population française de 15 ans et plus sur la
base de quotas par âge, sexe, région, habitat et catégories socio-professionnelles.

Nous avons exploité les résultats (traitements, analyses, graphiques) de février à juin 2008 en
travail piloté, réalisé par un chargé d'études et un ingénieur statisticien. Cette étude comporte
plus de 250 slides séparés en 26 thèmes que voici :

1. Profil des Français de 15 ans et plus
2. Taux de départ des Français de 15 ans et plus
3. Profil des partants en long séjour
4. Incidence du réchauffement climatique
5. Profil des Internautes
6. Evolution du taux d'utilisation d'Internet
7. Lieux de connexion à Internet
8. Taux de départ des Internautes vs non Internautes
9. Poids des Internautes chez les Français partis en séjour
10. Comparaison Internautes vs non Internautes (délais de réservation, départ à l'étranger,
budget, fidélité au lieu de vacances)
11. Délais de réservation
12. Taux de départ à l'étranger
13. Les budgets vacances
14. Fidélité au lieu de vacances
15. Délais de réservation, Internautes vs non Internautes
16. Départs à l'étranger, Internautes vs non Internautes
17. Fidélité au lieu de vacances d'été, Internautes vs non Internautes
18. Internautes et non Internautes prêts à faire des sacrifices pour partir en vacances
19. Voyages & prévisions - Projets, délai de réservation, budget et sacrifices
20. La préparation en ligne
21. Préparation exclusive des séjours sur internet
22. Avantages de la préparation en ligne
23. Profil des réservants vs non réservants sur Internet
24. Types de prestations réservées sur Internet
25. Taux de transformation (part des préparants sur Internet qui réservent en ligne)
26. Nouvelle tendance - Web 2.0



B) Notre étude sur la perception par les e-touristes de la valeur ajoutée des comparateurs de tourisme

La population concernée par cette étude est celle des internautes partis en longs séjours marchands ayant préparé sur Internet leurs séjours depuis janvier 2007. Le terrain s'est déroulé en décembre 2007 auprès d'un échantillon représentatif d'internautes membres de notre Panel de 600 e-touristes régulièrement géré et contrôlé.

Résultats présentés dans cette étude :

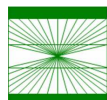
1. Les canaux de réservation généralement utilisés par les E-touristes pour la location d'hébergement de vacances
2. L'avis des E-touristes sur les canaux considérés comme les "moins chers" pour la location d'hébergement de vacances
3. La fréquence d'utilisation des comparateurs et par quel profil
4. Le type de comparateurs utilisés ("généralistes", "sectoriels" et "dédiés")
5. Le nombre de comparateurs utilisés
6. En combien de fois les internautes mènent leur comparaison
7. Le temps alloué aux comparaisons en ligne
8. Les domaines du tourisme où les e-touristes estiment les comparateurs les plus utiles. Classement sur les activités suivantes : billets d'avion, séjours, hôtels, camping, location de vacances, croisières, location de voiture
9. Comportement des internautes sur les comparateurs face à une nouvelle recherche
10. Opinion des internautes vis-à-vis des comparateurs au vu de leur expérience. Opinion détaillée sur 10 critères : prix affichés, accès au meilleur prix, accès aux disponibilités, fiabilité des informations, présentations visuelles, indépendance des comparateurs, exhaustivité des offres, présence d'avis d'internautes, présence de contenus annexes
11. Les qualités attendues des comparateurs
12. Mapping illustrant l'opinion des e-touristes sur les comparateurs et les qualités attendues
13. Analyse conclusive de leur opinion.

C) Une synthèse de notre étude sur les nouveaux comportements des clients loisir des agences de voyages

Cette étude vise à mesurer l'opinion des agents de voyages distributeurs sur le client loisir aujourd'hui, la manière dont ils répondent aux nouveaux comportements en avant-vente/ vente/ après-vente, la façon de valoriser la prestation de service, leurs attentes en termes de formation. Elle a été menée auprès d'un échantillon représentatif de plus de 800 agences de voyages de France métropolitaine et Dom Tom.

Résultats présentés dans cette étude :

1. La maîtrise de l'information sur les différents aspects liés au séjour
2. L'opinion sur l'information au sujet des nouvelles tendances de consommation touristique
3. Les différentes façons de travailler avec le client
4. La mise en place d'un système de planning de rendez-vous
5. Les attentes du client sur la connaissance des destinations par l'agent de voyages
6. La sensibilité du client à la marque ou à la qualité du personnel
7. L'opinion sur la complexité de l'environnement touristique
8. L'opinion des agents de voyages sur le client d'aujourd'hui
9. Le délai entre le moment où les clients se présentent dans l'agence et leur date de départ
10. L'importance du dialogue pour le client
11. Le décalage entre le budget prévu par le client et la réalité du prix à payer
12. Le pourcentage de clients venant en agence avec un projet précis
13. La qualification des demandes formulées par les clients
14. Les sources d'information du client avant son arrivée en agence
15. Le consentement à payer la prestation de service dans le cas de demandes sur mesure
16. L'évaluation de la possibilité de facturer uniquement des honoraires de conseil
17. Les actions mises en place au retour de séjour des clients
18. Les usages d'internet
19. L'impact du E-tourisme sur le secteur du tourisme de loisir



D) Notre étude sur les séjours culturels préparés sur internet

Elle a été menée auprès d'un échantillon représentatif d'e-voyageurs intéressés par les séjours culturels (terrain mai 2007)

Thèmes abordés :

1. Taux de préparation des séjours culturels en ligne
2. Délai de préparation
3. Nombre de sites consultés
4. Connaissance des sites
5. Comment est abordée la recherche d'un séjour culturel en ligne
6. Les e-voyageurs construisent-ils eux-mêmes leur itinéraire
7. Souhaitent-ils réserver en ligne et quelles prestations
8. Quels thèmes les intéressent le plus
9. Quels lieux culturels les motivent le plus
10. Souhaitent-ils une newsletter
11. Participent-ils au web 2.0

E) Supports de la conférence "Nouvelles tendances de consommation touristique et e-tourisme" tenue le 10 juin 2008

Les supports sont ceux des intervenants du 10 juin ayant autorisé leur publication dans le Cdrom (présentation PowerPoint) selon les thèmes ci dessous. Toutes les interventions sont spécifiques avec différents métiers représentés.

Supports contenus dans ce Cdrom

- ▶ **CRT IDF** : Comment la destination Ile de France souhaite-t-elle privilégier l'événementiel ? Pour quelles retombées touristiques ?
- ▶ **CDT Creuse** : Comment le E-tourisme permet de renforcer l'attractivité commerciale des destinations rurales
- ▶ **Futuroscope** : Quelle méthodologie prévaut pour le choix de nouvelles attractions ? Comment intégrer le choix de ces nouveautés dans le plan de communication ?
- ▶ **Ebookers** : Comment optimiser le R.O.I. des campagnes de communication on line, quels canaux privilégier, pour quels résultats
- ▶ **MP2** : Nouveau terminal à bas tarifs Mp2 : quel nouveau trafic et quelle nouvelle clientèle ? Quelles retombées économiques pour la Région Paca
- ▶ **Air Canada** : Comment le E-marketing et les E-technologies ont-ils permis à Air Canada de devenir la 1ère compagnie Nord-américaine
- ▶ **Amadeus**: Technologies et tourisme, mariage d'amour ou de raison ?
- ▶ **Voyages-sncf** : Contenus en ligne : comment répondre aux demandes de voyageurs de plus en plus exigeants ?
- ▶ **Directours** : Quelles nouvelles tendances et évolutions des demandes des touristes constate-t-on dans le voyage "sur mesure" ?
- ▶ **Sunélia** : Comment l'hôtellerie de plein air, alliée au E-tourisme, permet de capter sur tout le territoire une clientèle étrangère qualifiée ?
- ▶ **Accor** : Quels sont les enjeux de la distribution on line d'une marque de luxe comme Sofitel ?
- ▶ **HRS** : Avec quelle offre et quelle ergonomie un site de réservation d'hôtels peut-il s'adresser à une cible loisir et à une cible Business to Business ?
- ▶ **Europ Assistance** : E-assurances et services associés : quels sont les potentiels révélés ?
- ▶ **Mappy** : Les enjeux d'une stratégie communautaire en matière de voyages pour un site de cartographie online
- ▶ **Ratp** : Comment le site internet multi langues est un outil d'aide à la décision et d'accueil pour les touristes étrangers séjournant en Ile de France ?
- ▶ **Lonely Planet** : Information touristique: quels contenus pour le voyageur de demain et sur quels supports ?
- ▶ **TripAdvisor** : Quels sont les défis de la collecte, de la gestion et de la diffusion des avis de consommateurs ?
- ▶ **Autoescape** : Comment réussir une stratégie paneuropéenne en ligne, harmoniser les développements technologiques, le référencement, l'affiliation tout en s'adaptant aux spécificités locales ?
- ▶ **Ski Horizon** : Comment le E-tourisme permet de consolider le marché du Ski, la plus importante "niche" européenne ?



F) Documents joints dans le Cdrom liés aux thématiques des nouvelles tendances et du e-tourisme

- ▶ un an de **veille informationnelle "Nouvelles tendances"** (de juin 2007 à mai 2008) issue de la veille mensuelle du Cabinet Raffour Interactif

Thèmes abordés : Nouvelles tendances / Nouvelles idées tourisme / Typologies de clientèles / Réservations / Comportements des touristes / TO / Fidélisation / Low Cost / Surcharges et Taxes / Transport ferroviaire / Actions pour l'environnement / Perspectives / Internet / Les sites B to B / Web 2.0 / Comparateurs de prix / E-ticket et nouvelles technologies de l'aérien / Géo-localisation / Guides et Audio-guides / 3D et Visites Virtuelles / M-Tourisme

- ▶ une **synthèse** de 5 pages sur le **e-tourisme** en 2008 rédigée par Guy Raffour
- ▶ Eric Barbry, Directeur du Pôle Communications Electroniques et Droit du Cabinet Alain Bensoussan, a rédigé un **mémoire très complet sur tous les aspects juridiques du e-tourisme**

Thèmes abordés : Création d'un site, maintenance / Notice légale / Régime d'autorisation / Conditions générales d'utilisation du site / Conditions générales de vente / Conditions générales de prestations touristiques / Conditions générales de vente de locations saisonnières de meubles touristiques / Responsabilité du professionnel de tourisme / Contrat clic / Contrat sous forme électronique / Noms de domaine / Forums de discussion / Hébergement / Liens hypertextes / Liste de diffusion / Paiement électronique / Prospection commerciale / Publicité en ligne / Référencement et métatags / Marque blanche / Informatique et libertés / Droit applicable

- ▶ Europ Assistance délivre son étude "**Baromètre des vacances des Européens - 8ème édition**"

Thèmes abordés :

1. Les intentions de départ pour l'été 2008
2. La durée des vacances d'été 2008
3. Les vacances idéales
4. Les destinations de vacances de l'été 2008
5. Le type de destinations pressenties
6. Quelle formule de vacances et quel mode d'hébergement ?
7. Les facteurs de choix de la destination
8. La préparation des vacances
9. Les modalités d'achat
10. Les budgets vacances
11. Les risques perçus
12. La couverture des risques

- ▶ Le rédacteur en chef de **Voyage & Technologies** a établi spécialement un PowerPoint sur sa vision d'un **an de e-tourisme**
- ▶ l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile) a produit une étude "**Tourisme/ Transport et mobile : Opportunités et Best Practices**"

Thèmes abordés :

1. Usages et comportements : Les Français et le Multimedia Mobile / Profil des Mobinautes / Fréquence de connexion / Usage / Fonctionnalités spécifiques au mobile / M-commerce
2. Gallery notoriété, usages et satisfaction
3. SMS notoriété et usages



Bon de commande du Cdrom 2008 du Cabinet Raffour Interactif

contenant l'étude "Courts séjours, Vacances, Nouvelles Tendances, E-tourisme", l'étude sur les comparateurs de tourisme, l'étude sur les séjours culturels sur internet, la synthèse de l'étude sur les nouveaux comportements de la clientèle en agence de voyages, le mémorandum juridique e-tourisme, tous les supports autorisés de la conférence du 10 juin et les documents cités (A,B,C,D,E,F)

N'imprimez que cette page de Bon de Commande, complétez-la et retournez-la :

- ▶ par courrier avec le règlement par chèque à **Raffour Interactif / Cdrom 2008**
51, rue des Belles Feuilles 75116 Paris, France
- ▶ ou, si une facture préalable est demandée, par **télécopie** au 33 (0)1 47 04 02 28
Dans ce cas le paiement s'effectue par virement : titulaire du compte **Raffour Interactif / banque BPVF**
Rueil Mairie / code banque **18707** / code guichet **00015** / n° de compte **01521113637** / clé RIB **84**

Spécifiez impérativement à votre banque d'indiquer votre nom d'organisme

Ne faxez alors que cette page. Assurez vous de la bonne réception de la télécopie en envoyant en même temps un e-mail à la boîte : tourisme@raffour-interactif.fr

Je commande le Cdrom 2008 du Cabinet Raffour Interactif au tarif de 650 € ht soit 777,4 € ttc ⁽¹⁾

Le Cdrom me sera livré sous 6 jours par lettre recommandée

La facture acquittée sera envoyée avec le Cdrom (ou par e-mail en format PDF protégé si souhaitée au préalable pour règlement)

Merci de remplir le plus lisiblement possible tous ces champs obligatoires :

NOM : ORGANISME :
PRENOM : FONCTION :
TELEPHONE : e-mail professionnel personnel ⁽²⁾
ADRESSE : CP : VILLE : PAYS :

Je reconnais avoir pris connaissance des conditions générales de vente ⁽³⁾

TAMPON et SIGNATURE

Fait à le

⁽¹⁾ TVA à 19,60% sur encaissements.

N° de TVA intracommunautaire : **FR01352142459**

⁽²⁾ Usage strictement réservé à Raffour Interactif pour envoi de la facture en format PDF protégé. Cet e-mail ne sera jamais communiqué à des tiers

³⁾ Condition générale de vente

Raffour Interactif conserve l'intégralité des droits d'auteur et de la propriété intellectuelle attachés à l'édition de ce Cdrom qui constitue à ce titre une œuvre originale et spécifique. **Ce Cdrom ne doit en aucun cas être diffusé à des tiers non souscripteurs et les informations contenues ne doivent pas être rendues publiques.**

La consultation de ce Cdrom est réservée à l'organisme souscripteur pour son propre usage interne.

Toute reproduction ou diffusion non autorisée entraînera le cas échéant des poursuites judiciaires.

