



Programme de la Conférence exceptionnelle Nouvelles tendances de consommation touristique & E-tourisme

Sous le haut patronage du Secrétariat d'Etat chargé du Tourisme
Mardi 10 juin 2008, Paris, 9h-18h30

Ces thèmes stratégiques feront l'objet de présentations spécialement conçues pour vous par des intervenants de 1er plan, issus de tous les secteurs du tourisme...

	<p>Quel est l'impact actuel du E-tourisme ? Combien de Français préparent leurs séjours et les réservent en ligne ? Quelles sont les nouvelles tendances de consommation touristique ? ► Guy Raffour Pdg du Cabinet Raffour Interactif</p>	 <p>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 ? ► Olivier Mouchet, Dir. Commercial d'HRS</p>
	<p>Quels sont les enjeux de la distribution on line d'une marque de luxe comme Sofitel ? ► Sanaa Godiniaux - de Gyves, Vice Pde Distribution de Sofitel Monde</p>	 <p>Information touristique: quels contenus pour le voyageur de demain et sur quels supports ? ► Frédérique Sarfati, Dir. de Lonely Planet France</p>
	<p>Comment le E-marketing et les E-technologies ont-ils permis à Air Canada de devenir la 1ère compagnie Nord-américaine ? ► François Choquette, Dg France d'Air Canada</p>	 <p>Nouveau terminal à bas tarifs Mp2 : quel nouveau trafic et quelle nouvelle clientèle ? Quelles retombées économiques pour la Région Paca ? ► Julien Boullay, Dir. Marketing et Communication de l'Aéroport Marseille Provence</p>
	<p>Comment la destination Ile de France souhaite-t-elle privilégier l'événementiel ? Pour quelles retombées touristiques ? ► Laurent Vidy, Dir. de la communication du CRT Paris Ile-de-France</p>	 <p>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 ► Annick Etienne-Laurent, Dir. Unité Informations MultiMédia de la Ratp</p>
	<p>Quelles nouvelles tendances et évolutions des demandes des touristes constate-t-on dans le voyage "sur mesure" ? ► Michel Yves Labbé, Pdg de Directours</p>	 <p>Quels sont les défis de la collecte, de la gestion et de la diffusion des avis de consommateurs ? ► Séverine Philardeau, Senior Manager, Brand Distribution de TripAdvisor</p>
	<p>E-assurances et services associés : quels sont les potentiels révélés ? ► Pascal Briodin, Dir. commercial & marketing d'Europ Assistance France</p>	 <p>Contenus en ligne : comment répondre aux demandes de voyageurs de plus en plus exigeants ? ► Pierre Alzon, Dga de voyages-sncf.com</p>
	<p>Quelle méthodologie prévaut pour le choix de nouvelles attractions ? Comment intégrer le choix de ces nouveautés dans le plan de communication ? ► Dominique Hummel, Pdt du Directoire du Parc du Futuroscope</p>	 <p>Comment le E-tourisme permet de renforcer l'attractivité commerciale des destinations rurales ? ► Christophe Gravier, Dir. du CDT de la Creuse</p>
	<p>Les enjeux d'une stratégie communautaire en matière de voyages pour un site de cartographie on line ► Henri Moché, Pdg de Mappy sa</p>	 <p>Comment optimiser le R.O.I. des campagnes de communication on line, quels canaux privilégier, pour quels résultats ? ► Laurent Curutchet, Managing Director, Ebookers</p>
	<p>Comment l'hôtellerie de plein air, alliée au E-tourisme, permet de capter sur tout le territoire une clientèle étrangère qualifiée ? ► Alain Faveau, Pdt de Sunélia</p>	 <p>Comment réussir une stratégie paneuropéenne en ligne, harmoniser les développements technologiques, le référencement, l'affiliation tout en s'adaptant aux spécificités locales ? ► Bruno Couly, Pdg d'Autoescape</p>
	<p>Technologies et tourisme, mariage d'amour ou de raison ? ► Jean Louis Richard, Dg d'Amadeus France</p>	<p>Conférence soutenue par</p>    
	<p>Comment le E-tourisme permet de consolider le marché du Ski, la plus importante "niche" européenne ? ► Nicolas Mendiharat, Pdg Travelhorizon</p>	

• **Cabinet Raffour Interactif** s.a. au capital de 45734 € . www.raffour-interactif.fr .
 • **Organisme de formation agréé n°11753384775** . RCS PARIS B 352 142 459 00028 . APE 723 Z .
 • Tel 33 (0) 1 47 04 02 27. tourisme@raffour-interactif.fr. 51 rue des Belles Feuilles 75116 Paris .



En vous inscrivant, vous recevrez dans un Cdrom notre Baromètre annuel "Courts séjours, Vacances, Nouvelles tendances et E-tourisme, Bilan 2007", l'étude sur les comparateurs de tourisme, l'étude sur les séjours culturels sur Internet ainsi que toutes les présentations du 10 juin autorisées en diffusion

Baromètre annuel bilan 2007 & perspectives 2008 Courts séjours, Vacances, nouvelles Tendances & E-tourisme

Méthodologie

Le questionnaire de cette nouvelle édition du Baromètre annuel a été mis au point après des réunions qualitatives avec des touristes de loisir (non affaires), après analyse des principales tendances issues de notre veille quotidienne et en tenant compte des résultats des précédents baromètres (celui-ci en est la 6^{ème} édition)

Le terrain face à face à domicile a été mené par des enquêteurs professionnels pendant les mois de janvier/ février 2008 auprès de 1000 personnes représentatives de la population française de 15 ans et +, par quotas d'âge, sexe, région, habitat et catégories socio-professionnelles, France entière.

Les résultats sont exploités (traitements, analyses, graphiques) de février à juin 2008 en travail piloté, réalisé par un ingénieur statisticien et un chargé d'étude spécialisé.

Cette étude Baromètre est présentée dans le Cdrom sous forme d'un PowerPoint comportant plus de 200 slides séparés en différentes thématiques

1. Profil des Français de 15 ans et + / 2. Taux de départ des Français / 3. Profil des Français partant en séjours (courts séjours marchands, longs séjours marchands et/ou non marchands / 4. Profil des internautes 5. Taux d'utilisation d'internet / 6. Lieux de connexion à internet / 7. Taux de départ des internautes
8. Comparaison Français & internautes partis / 9. Délais de réservation avant le départ en long séjour
10. Départs à l'étranger / 11. Préparation d'un budget "vacances" et respect de celui-ci / 12. Fidélité au lieu de vacances d'été / 13. E-touristes et délais de réservation / 14. E-touristes et départ à l'étranger
15. E-touristes et fidélité au lieu de vacances d'été / 16. E-touristes et budget des vacances / 17. Voyages & prévisions : combien de E-touristes ont un projet préalable / 18. Combien le changent en préparant en ligne 19. Profil des préparants sur internet / 20. Préparation uniquement sur internet et/ou avec d'autres supports 21. Avantages perçus de la préparation en ligne / 22. Pourquoi des internautes partis n'ont pas préparé en ligne / 23. Profil des réservants sur internet / 24. Types de prestations réservées sur internet / 25. Taux de conversion entre visite et réservation / 26. Pourquoi certains préparants n'ont pas réservé en ligne
27. **Nouvelles tendances** : le Web2.0 / La sensibilité à la réduction des gaz à effet de serre. Quelles actions concrètes sont-ils prêts à mettre en œuvre pour les réduire

"Perception par les E-touristes de la valeur ajoutée des comparateurs de tourisme"

Contexte et méthodologie de l'étude : 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.

Etude sur les séjours culturels sur Internet

Contexte et méthodologie de l'étude : 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. Délais 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

■ **Cabinet Raffour Interactif** s.a. au capital de 45734 € ■ www.raffour-interactif.fr ■
■ **Organisme de formation agréé n°11753384775** ■ RCS PARIS B 352 142 459 00028 ■ APE 723 Z ■
■ Tel 33 (0) 1 47 04 02 27. tourisme@raffour-interactif.fr. 51 rue des Belles Feuilles 75116 Paris ■

Bulletin d'inscription à la conférence du mardi 10 juin 2008 & souscription aux 3 études

- ▶ Baromètre Bilan 2007 & perspectives 2008 "Courts séjours, vacances, nouvelles tendances et E-tourisme"
- ▶ Perception de la valeur ajoutée des comparateurs de tourisme ▶ Etude sur les séjours culturels sur Internet

à imprimer, compléter et à retourner soit :

- ▶ par courrier avec le règlement à **Raffour Interactif / conférence, 51, rue des Belles Feuilles, 75116 Paris, France**
- ▶ ou **télécopie** au 33 (0)1 47 04 02 28 et ce **uniquement** dans le cas d'un paiement par virement (*) ou une demande de **facture préalable** avant règlement : **spécifiez-le** à votre envoi télécopié. **Ne faxez que cette page.**
- ▶ Assurez-vous de la bonne réception de la télécopie en envoyant en parallèle un e-mail à la boîte : tourisme@raffour-interactif.fr

OUI, je m'inscris à la conférence, je disposerai, inclus dans le prix, du Cdrom comprenant le Baromètre Bilan 2007 & perspectives 2008 "Courts séjours, Vacances, Nouvelles tendances et E-tourisme", de l'étude sur la Perception de la valeur ajoutée des comparateurs de tourisme, de l'étude sur les séjours culturels ainsi que de tous les supports autorisés en diffusion de la conférence. Etudes décrites dans ce bulletin.

TARIF conférence comprenant la souscription aux 2 études : 750 € hors taxes soit 897 € ttc pour le 1^{er} inscrit (x)

- ▶ - 25% pour le 2^{ème} inscrit (xx) d'une même société / organisme : **562,50 € ht soit 672,75 ttc**
- ▶ - 35% du tarif "1^{er} inscrit" pour tous les inscrits au-delà du 2^{ème} d'une même société / organisme: **487,50 € ht soit 583,05 ttc**

(x) réduction non cumulable de 5% pour le 1^{er} inscrit : **712,5 € ht soit 852.15 € ttc** si **adhérent** MDLF-FNOTSI-FNCDDT-ANMSCCT-Ski France-FEDSEM-CETO-SNAV-CEDIV-SNET-Autocars de France-AVEC-Station Verte-Bienvenue à la ferme-UNAT-ADONET-Gîtes de France-FFTST-Afest-GESTE-GFII-ACSEL-FEVAD-FING-Telecom Valley- ▶ Pour bénéficier de cette réduction **entourez votre statut**

(xx) nous admettons au tarif "2ème ou 3ème inscrit" Un Loisir Accueil hébergé par un CDT qui s'inscrit.

Nb : dans le cas de plusieurs inscrits, transmettez-nous dans un document complémentaire leurs coordonnées complètes (mail, fonction...)

▶ **NOMBRE TOTAL de PARTICIPANTS à la conférence du 10 juin 2008** / ___ / soit un **TOTAL TTC** de | _____ | €⁽¹⁾

Non, je ne peux pas participer à la conférence, mais **je souhaite commander le Cdrom de l'étude Baromètre, de l'étude comparateurs et des présentations autorisées en diffusion du 10 juin** au tarif de **650 € ht soit 777,40 € ttc**. Ce Cdrom m'est livré fin juillet 2008.

Ci-joint le chèque de règlement au nom de Raffour Interactif⁽²⁾. Une facture en Pdf protégé sera envoyée dans les 15 jours par e-mail.

(*) Si paiement par virement : compte **Raffour Interactif** ; banque **BPVF Rueil Mairie** ; code banque **18707** ; code guichet **00015** ; n° de compte **01521113637** ; clé RIB **84**. Spécifiez à votre banque d'indiquer votre nom et organisme (ou le n° de facture).

Possibilité d'envoyer le bulletin d'inscription par télécopie **uniquement dans le cas d'un paiement par virement** : 33 (0) 1 47 04 02 28

Ecrivez le plus lisiblement possible en majuscules:

NOM : ORGANISME :

PRENOM : FONCTION :

TELEPHONE : e-mail professionnel personnel⁽³⁾

ADRESSE : CP : VILLE : PAYS :

Je reconnais avoir pris connaissance des conditions générales de vente⁽⁴⁾

Fait à le

TAMPON et SIGNATURE

(1) TVA à 19,60% sur encaissements. N° de TVA intracommunautaire : **FR01352142459**

(2) Règlement par chèque barré à l'ordre de Raffour Interactif

(3) Usage de l'e-mail réservé à Raffour Interactif et **indispensable** à l'envoi de la convocation & des informations et l'envoi de la facture (PDF). Cet e-mail ne sera jamais communiqué à des tiers.

4) **Conditions générales de vente**

Déroulement et horaires : 8h30 accueil, conférence à **9H00 précises** 2 pauses (matinée, après-midi) Un **buffet** sur place de 13h00 à 14h00 (compris dans le prix). A 11h20 et 18h20 : questions réponses avec la salle **Lieu** : Siège social de la RATP, **189 rue de Bercy, Paris 12^{ème} face Gare de Lyon** **Raffour Interactif est un organisme de formation agréé.** N° d'agrément DRTEFP : 11753384775. **Ce programme vaut convention de formation.**

Ceux qui souhaiteraient une attestation de présence doivent se présenter **impérativement** avec le document à nous faire signer **sur place** le 10 juin 2008.

Dans le cas d'une prise en charge sur un budget de formation continue, le participant se charge **lui-même et directement** de la prise en compte de son dossier avec son organisme affilié et **vérifie** le cas échéant avec lui cette possibilité de prise en charge. En aucun cas le paiement de l'inscription ne peut être soumis à cette acceptation de l'organisme dont dépend l'inscrit. Le paiement doit être effectué par le participant, à charge pour lui de se faire rembourser par l'organisme de formation auprès duquel il est affilié en produisant son attestation de présence délivrée le 10 juin à sa demande et la facture correspondante.

Supports : les supports seront remis sur un Cdrom aux participants à la fin juillet 2008 à raison d'**un seul par société / organisme**. Y seront incluses l'étude Baromètre, l'étude sur les comparateurs, les présentations PowerPoint des divers intervenants autorisés en diffusion. *Raffour Interactif* conserve l'intégralité des droits d'auteurs et de la propriété intellectuelle relatifs à ses contenus. Toute reproduction ou divulgation en dehors du souscripteur est interdite.

Annulation d'inscription : toute annulation ne donne droit à **aucun remboursement** et en cas de paiement différé, celui-ci reste dû. L'inscrit peut toutefois se faire remplacer par une personne de son propre organisme en nous donnant son nom au préalable et recevra dans tous les cas le Cdrom prévu.

Annulation de la conférence : en cas de "force majeure", *Raffour Interactif* se réserve la possibilité de reporter ou d'annuler la conférence en l'annonçant au préalable. Dans ce cas, la conférence est reportée à une autre date définie par *Raffour Interactif*. L'envoi du Cdrom contenant les travaux cités est toujours effectué, le montant reste dû dans sa totalité. *Raffour Interactif* ne peut être tenu responsable des coûts ou dommages consécutifs à l'annulation de la conférence ou à son report à une date ultérieure pour cause de force majeure. **Modifications** : ce programme peut être soumis à des modifications.