

Souscription au Cdrom du baromètre annuel et de la  
conférence du 27 juin

## Nouvelles tendances de consommation touristique et e-tourisme B2B et B2C

*Ce Cdrom contient:*

a) l'étude complète "Courts séjours, Vacances, Tendances et Internet, bilan 2005 et perspectives" réalisée auprès d'un échantillon de 1000 Français représentatifs face à face à domicile, terrain janvier 2006, conclue en juillet 2006. Elle est devenue la référence du secteur.

**Principaux thèmes abordés** (*voir sommaire détaillé après le bon de commande*)

### *Courts et longs séjours*

- ▶ Qui part ? A quelle fréquence ?
- ▶ Quelle proportion pour les courts et les longs séjours ?
- ▶ Qui part en longs séjours marchands ?
- ▶ Quelle évolution pour les séjours marchands ?
- ▶ Qui part à la mer, à la montagne, à la campagne ?
- ▶ Qui part à l'étranger et où ?
- ▶ Quels critères entrent dans le choix des destinations ?
- ▶ Quel type de destination est préféré ?
- ▶ Partir : est-ce un besoin vital pour lequel on est prêt à sacrifier des postes de dépenses et lesquels ?

### *Nouvelles tendances*

- ▶ Qui fractionne ses congés ?
- ▶ La destination est-elle le critère principal de choix, sinon quels sont les principaux critères ?
- ▶ Prévision d'un budget : qui en prévoit un ? combien le respectent ?
- ▶ Réservations de dernière minute : qui réserve à moins de 15 jours du départ ?
- ▶ Revient-on au même endroit en vacances d'une année sur l'autre ?

### *Potentiel du media Internet*

- ▶ Qui sont les internautes ?
- ▶ Qui prépare son voyage sur internet ?
- ▶ Qui réserve en ligne ?
- ▶ Quels sont les atouts perçus par les touristes du e-tourisme ?
- ▶ Quelle perception ont-ils de la place de l'internet touristique d'ici à 3 ans ?
- ▶ Quelle est l'importance de la marque en ligne ?



## b) les supports Power Point des intervenants du 27 juin sur ces thématiques

- ▶ le Directeur général de Maison de la France : franceguide.com ou l'impact des NTIC sur les activités de Maison de la France
- ▶ la Directrice marketing d'Europ assistance : leur 6<sup>ème</sup> baromètre annuel des intentions et préoccupations des Européens pour les vacances
- ▶ le Vice Président Europe du Sud du groupe Yahoo ! : Internet, un média à part entière et un canal de vente optimal pour l'offre touristique, les principales données
- ▶ le Directeur marketing des éditions Lonely Planet : le contenu éditorial associé aux offres commerciales, quelle valeur ajoutée pour le e-tourisme ?
- ▶ le Directeur des services à la clientèle du Ministère du Tourisme Québécois : les raisons de la réussite de la plate-forme de commercialisation bonjourquébec.com
- ▶ la Directrice du CDT de la Côte d'Or : le positionnement de Côte-d'Or Tourisme face aux évolutions engendrées par les TIC et leur impact sur les prestataires
- ▶ le Directeur de l'activité tourisme de France Telecom : comment, grâce aux Ntic, accompagner le touriste par des informations touristiques "juste à temps"
- ▶ le coordinateur de Géoportail de Institut Géographique National : présentation du portail grand public d'informations géographiques Géoportail et son potentiel pour le tourisme
- ▶ le Directeur général d'Ebookers : l'innovation marketing, facteur de croissance
- ▶ le Directeur général de Lastminute : présentation de l'étude sur la qualité de service des agences de voyage
- ▶ le Directeur marketing de voyages-sncf.com : les facteurs d'innovation dans le e-tourisme
- ▶ le Directeur des ventes et distribution d'Accor : la distribution d'Accor auprès des agences on line et traditionnelles
- ▶ le Président Directeur général de Directours : les paramètres du succès de la vente en ligne de voyages haut de gamme
- ▶ la Directrice de l'Office de tourisme du Sultanat d'Oman : le Sultanat d'Oman, une nouvelle destination de luxe, impact des Ntic sur sa médiatisation
- ▶ la Directrice générale de Sabre : la réponse des GDS face aux mutations de l'industrie
- ▶ le Directeur général d'Amadeus France : le self-service, bientôt le principal canal de réservation de voyages ?
- ▶ le Président Directeur général d'Avis : comment partir du client pour définir sa stratégie sur internet ?
- ▶ le Président Directeur général de Runaworld : les nouvelles tendances du voyage d'affaires en ligne
- ▶ le Directeur monde de l'e-business de Costa Crociere accompagné du PD-g France : Costa et la distribution à travers les plates-formes technologiques
- ▶ le Directeur grands comptes de la RATP : présentation du projet CAVE (centrale d'administration des e-vouchers) et du site d'information voyageurs le site ratp.fr

## c) des documents liés aux thématiques abordées ...

- ▶ Le dernier Bilan de la Direction du Tourisme sur l'année 2005
- ▶ Une synthèse e-tourisme rédigée par Guy Raffour
- ▶ Son intervention aux rencontres du tourisme de Lorraine
- ▶ Son intervention au congrès des Maires des stations touristiques
- ▶ Le témoignage du Ministre sur son rapport
- ▶ Une interview pour le JTIT
- ▶ 3 dossiers de Revue de presse
- ▶ Un micro-trottoir réalisé à Deauville auprès de touristes
- ▶ La synthèse de l'étude 2020 de Galileo
- ▶ Une présentation du portail Galileo Leisure
- ▶ Une présentation du chèque Cadhoc voyages
- ▶ Une présentation de l'offre HP pour le tourisme
- ▶ Une présentation de l'offre Meteorem
- ▶ Une présentation du prix Tourism@ 2006
- ▶ Une présentation de l'artiste qui crée des Arabesques, Miguel Chevalier
- ▶ Un économiseur d'écran Lonely Planet



# Bon de commande du Cdrom de l'étude "Courts séjours, Vacances, Tendances, Internet, le bilan 2005" et des supports autorisés de la conférence du 27 juin 2006

à imprimer, compléter et à nous retourner :

- ▶ par courrier avec le règlement à

**Raffour Interactif / Cdrom conférence**  
51, rue des Belles Feuilles 75116 Paris, France

- ▶ ou par 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](mailto:tourisme@raffour-interactif.fr)

☐ Je souhaite commander le Cdrom de l'étude (\*) et des présentations Power Point du 27 juin au tarif de 582 € ht soit 696,07 € ttc (Cdrom livré sous 10 jours)

Ci-joint le chèque de règlement au nom de Raffour Interactif <sup>(2)</sup>. Une facture vous sera envoyée dans les 10 jours en Pdf protégé.

(\*) Si paiement par **virement** : compte **Raffour Interactif** ; banque **BPROP Rueil Mairie** ; code banque **18707** ; code guichet **00015** ; n° de compte **01521113637** ; clé RIB **84**.

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

**Merci de remplir TRES LISIBLEMENT ces champs :**

NOM : ..... ORGANISME : .....

PRENOM : ..... FONCTION : .....

TELEPHONE : ..... **e-mail professionnel personnel** <sup>(3)</sup> .....

ADRESSE : ..... CP : ..... VILLE : ..... PAYS : .....

Je reconnais avoir pris connaissance des conditions générales de vente <sup>(4)</sup>

TAMPON et SIGNATURE

Fait à ..... le .....

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

<sup>(2)</sup> Règlement par chèque barré à l'ordre de Raffour Interactif

<sup>(3)</sup> 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

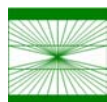
<sup>(4)</sup> **Condition générale de vente**

**Raffour Interactif** conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs aux contenus de ce Cdrom qui ne doit en aucun cas être diffusé à des tiers non souscripteurs et dont les informations ne doivent en aucun être rendues publiques.

Toute reproduction non autorisée ou divulgation est protégée par le droit d'auteur et de la propriété intellectuelle et entraînera le cas échéant des poursuites légales

(\*) 59 items posés, présentée en 30 thématiques et 200 graphiques, 1000 Français représentatifs interrogés en face à face  
Thématiques : taux de départ des Français et caractéristiques/ nouvelles tendances de consommation touristique/ description des internautes/ étude comportementale de l'usage touristique d'Internet, taux de départ à l'étranger.

Valeur de production de l'étude 49000 €. Voir titres des graphiques présentés pages suivantes



■ **Cabinet Raffour Interactif** s.a. au capital de 45734 € ■ [www.raffour-interactif.fr](http://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](mailto:tourisme@raffour-interactif.fr) ■ 51, rue des Belles Feuilles, 75116 Paris. ■

# Sommaire détaillé de l'étude baromètre livrée dans le Cdrom

*Les titres en vert rappellent les thèmes abordés et les titres en bleu ceux des graphiques contenus dans le thème en question*

## 01. Profil des Français de 15 ans et +

- Répartition des Français de 15 ans et plus dans les régions en janvier 2006
- Profil des Français de 15 ans et plus en janvier 2006

## 02. Taux de départ des Français

- Taux de départ en séjour des Français en 2005
- Evolution du volume d'individus partis en long séjour entre 2004-2005
- Evolution des départs des Français en courts séjours marchands entre 2004 et 2005

## 03. Qui part en séjours

- Taux de départ en long séjour des Français selon leur région
- Taux de départ en long séjour des Français selon le diplôme du chef de famille
- Taux de départ en long séjour des Français en fonction de leur âge
- Taux de départ en long séjour des Français segmenté par homme/ femme
- Taux de départ en long séjour des Français en fonction de leur PCS
- Taux de départ en long séjour des Français actifs et non actifs
- Taux de départ en long séjour des Français en fonction de la nature de leur foyer
- Français partis (court ou long séjour, marchand ou non) selon la Profession et Catégorie Sociale (PCS) et la nature du foyer
- Français partis en long séjour (marchand ou non) selon la PCS et la nature du foyer
- Français partis en long séjour marchand selon la PCS et la nature du foyer
- Français partis en court séjour marchand selon la PCS et la nature du foyer
- Français partis en séjour marchand (court et long) selon la PCS et la nature du foyer

## 04. Profil des internautes

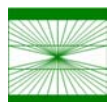
- Evolution de la part des Internautes dans la population française en 2005 vs 2004
- Répartition des Internautes dans les régions en janvier 2006
- Part des Internautes dans les régions en janvier 2006
- Profil des Internautes en janvier 2006
- Part des Internautes selon la nature du foyer et l'âge
- Part des Internautes selon la nature du foyer et le niveau de formation segmentée par sexe
- Part des Internautes selon la nature du foyer et la PCS

## 05. Taux d'utilisation d'internet

- Evolution du taux d'utilisation d'Internet selon le niveau de formation du chef de famille
- Evolution du taux d'utilisation d'Internet selon la PCS du chef de famille
- Evolution du taux d'utilisation d'Internet selon le revenu mensuel du foyer

## 06. Taux de départ des internautes

- Evolution du taux de départ des Internautes
- Taux de départ des internautes et des non internautes
- Internautes partis (court ou long séjour, marchand ou non) selon la Profession et Catégorie Sociale (PCS) et la nature du foyer
- Internautes partis en long séjour (marchand ou non) selon la PCS et la nature du foyer
- Internautes partis en long séjour marchand selon la PCS et la nature du foyer
- Internautes partis en court séjour marchand selon la PCS et la nature du foyer
- Internautes partis en séjour marchand (court et long) selon la PCS et la nature du foyer



## 07. Comparaison français & internautes partis

- Taux de départ en séjour des Français et des Internautes par région
- Evolution du taux de départ en séjour des Français et des Internautes par tranche d'âge
- Evolution du taux de départ en séjour des Français et des Internautes en fonction du diplôme du chef de famille
- Evolution du taux de départ en séjour des Français et des Internautes selon leur situation matrimoniale
- Evolution du taux de départ en séjour des Français et des Internautes selon la PCS du chef de famille
- Evolution du taux de départ en séjour des Français et des Internautes selon leur revenu mensuel

## 08. Grandes Tendances de consommation touristique

- Tendance à raccourcir ses vacances pour partir plus souvent
- Tendance à réserver dans les 15 derniers jours, dans les 15 à 30 derniers jours et à plus de 30 jours avant le départ
- Tendance à partir à l'étranger
- Critères de choix pour la destination
- Destinations qui font rêver les internautes et les non internautes
- Tendance à faire des sacrifices chez les actifs
- Tendance à prévoir un budget chez les actifs
- Type de destination pour les vacances d'été
- Tendance à retourner au même endroit en vacances d'été

## 09. Fractionnement des séjours

- La part des Français qui ont tendance à raccourcir leurs vacances pour partir plus souvent selon les régions
- Profil des Français ayant tendance à raccourcir leurs vacances pour partir plus souvent
- Tendance à raccourcir ses vacances pour partir plus souvent segmentée par homme/femme et tranche d'âge
- Tendance à raccourcir ses vacances pour partir plus souvent segmentée par activité/non activité et PCS
- Tendance à raccourcir ses vacances pour partir plus souvent selon la nature du foyer
- Tendance à raccourcir ses vacances pour partir plus souvent selon le niveau de diplôme du chef de famille

## 10. Délais de réservation

- La part des Français ayant tendance à réserver leurs vacances dans les 15 derniers jours avant leur départ selon les régions
- Profil des Français ayant tendance à réserver leurs vacances dans les 15 derniers jours avant le départ
- Tendance à réserver ses vacances à J-15, de J-15 à J-30, et avant J-30 segmentée par homme/femme et tranche d'âge
- Tendance à réserver ses vacances à J-15, de J-15 à J-30, et avant J-30 segmentée par activité/non activité
- Tendance à réserver dans les 15 derniers jours avant le départ selon la nature du foyer
- Tendance à réserver dans les 15 derniers jours avant le départ selon le niveau de diplôme du chef de famille

## 11. Départ à l'étranger

- Tendance à partir à l'étranger selon les régions
- Profil des Français partis à l'étranger
- Tendance à partir à l'étranger segmentée par homme/femme et tranche d'âge
- Tendance à partir à l'étranger segmentée par activité/non activité et PCS
- Tendance à partir à l'étranger selon le niveau de diplôme du chef de famille
- Tendance à partir à l'étranger selon la nature du foyer

## 12. Critères de choix pour l'étranger

- Les critères de choix les plus importants d'une destination à l'étranger
- Les critères les + importants dans le choix d'une destination à l'étranger segmentés par homme/femme et activité/non activité
- Les critères les + importants dans le choix d'une destination à l'étranger selon l'âge
- Les critères les + importants dans le choix d'une destination à l'étranger selon le diplôme du chef de famille
- Les critères les + importants dans le choix d'une destination à l'étranger selon la PCS
- Les critères les + importants dans le choix d'une destination à l'étranger selon la nature du foyer



### 13. Destinations rêvées des français

- Destinations qui font rêver les Français
- Les pays étrangers qui font le plus rêver les Français
- Les destinations rêvées des Français segmentées par homme/femme et activité/non activité
- Les destinations rêvées des Français selon l'âge
- Les destinations rêvées des Français selon le diplôme du chef de famille
- Les destinations rêvées des Français selon la profession du chef de famille
- Les destinations rêvées des Français selon la nature du foyer

### 14. Sacrifices pour partir

- Tendance à faire au moins un sacrifice pour partir en vacances chez les actifs dans les régions
- Profil des actifs prêts à faire au moins un sacrifice pour partir en vacances
- Les postes budgétaires prêts à être sacrifiés pour pouvoir partir en vacances
- Les postes budgétaires prêts à être sacrifiés par les hommes et les femmes actifs
- Les postes budgétaires prêts à être sacrifiés par les hommes et les femmes actifs selon leur âge
- Les postes budgétaires prêts à être sacrifiés par les actifs selon leur niveau d'études
- Les postes budgétaires prêts à être sacrifiés par les actifs selon leur PCS
- Les postes budgétaires prêts à être sacrifiés par les actifs selon leur type de foyer

### 15. Respect du budget vacances

- Respect ou non du budget vacances chez les actifs
- La part des Français actifs ayant prévu un budget pour leurs vacances de 2005 selon leur région
- Profil des Français actifs ayant prévu un budget pour leurs vacances de 2005
- Respect du budget vacances de 2005 des Français actifs segmenté par homme/femme et tranche d'âge
- Respect du budget vacances de 2005 des Français actifs selon le diplôme du chef de famille
- Respect du budget vacances de 2005 des Français actifs selon leur PCS
- Tendance à réserver dans les 15 derniers jours avant le départ selon la nature du foyer

### 16. Type de destination pour les vacances d'été (mer, montagne...)

- Les types de destinations préférées des Français pour leurs vacances d'été segmentés par homme/femme et activité/non activité
- Les types de destinations préférées des Français pour leurs vacances d'été selon l'âge
- Les types de destinations préférées des Français pour leurs vacances d'été selon le diplôme du chef de famille
- Les types de destinations préférées des Français pour les vacances d'été selon la profession
- Les types de destinations préférées des Français pour leurs vacances d'été selon la nature du foyer

### 17. Fidélité au lieu de vacances

- La part des Français qui, en 2006, pensent retourner sur le même lieu de vacances d'été qu'en 2005 selon leur région
- Profil des Français qui pensent retourner ou non au même endroit que l'an passé pour leurs vacances d'été
- Les Français qui, en 2006, pensent retourner sur le même lieu de vacances d'été qu'en 2005 segmentés par homme/femme et tranche d'âge
- Les Français qui, en 2006, pensent retourner sur le même lieu de vacances d'été qu'en 2005 segmentés par activité/non activité et PCS
- Les Français qui, en 2006, pensent retourner sur le même lieu de vacances d'été qu'en 2005 selon le diplôme du chef de famille
- Les Français qui, en 2006, pensent retourner sur le même lieu de vacances d'été qu'en 2005 selon le foyer

### 18. Les tendances selon l'âge et la nature du foyer

- Tendance à raccourcir ses vacances pour partir plus souvent selon l'âge et la nature du foyer
- Tendance à réserver (hébergement ou forfait séjour tout compris) dans les 15 jours avant le départ selon l'âge et la nature du foyer
- Tendance à partir à l'étranger selon l'âge et la nature du foyer
- Les vacances sont un besoin vital pour 62 % des Français actifs Tendance par âge et nature de leur foyer
- Tendance à prévoir un budget vacances chez les actifs selon leur âge et la nature de leur foyer
- Tendance à retourner au même endroit l'été 2006 que l'été 2005 selon l'âge et la nature du foyer





## 19. Les tendances selon la PCS et la nature du foyer

- Tendance à raccourcir ses vacances pour partir plus souvent selon la PCS et la nature du foyer
- Tendance à réserver dans les 15 jours avant le départ selon la PCS et la nature du foyer
- Tendance à partir à l'étranger (DOM - TOM inclus) selon la PCS et la nature du foyer
- Tendance à faire des sacrifices pour partir en vacances chez les actifs selon leur PCS et nature de leur foyer
- Prévision d'un budget vacances chez les actifs selon leur PCS et la nature de leur foyer
- Tendance à retourner au même endroit en 2006 que pour les vacances de 2005 selon l'âge et nature du foyer

## 20. Les tendances selon le diplôme du chef de famille et la nature du foyer

- Tendance à raccourcir ses vacances pour partir plus souvent selon le diplôme du chef de famille et la nature du foyer
- Tendance à réserver dans les 15 jours avant le départ selon le diplôme du chef de famille et la nature du foyer
- Tendance à partir à l'étranger selon le diplôme du chef de famille et la nature du foyer
- Tendance à faire des sacrifices pour partir en vacances chez les actifs selon le diplôme du chef de famille et la nature de leur foyer
- Tendance à prévoir un budget vacances chez les actifs selon le diplôme du chef de famille et la nature de leur foyer
- Tendance à retourner au même endroit en 2006 que pour les vacances de 2005 selon le diplôme du chef de famille et la nature du foyer

## 21. e-touristes et résa à J-15

- Tendance à réserver ses vacances à J-15, de J-15 à J-30, et avant j-30 chez les internautes selon les régions
- Tendance à réserver ses vacances à J-15, de J-15 à J-30, et avant J-30 chez les internautes et les non internautes segmentée par homme/femme et tranche d'âge
- Tendance à réserver ses vacances à J-15, de J-15 à J-30, et avant J-30 chez les internautes et les non internautes segmentée par activité/non activité et PCS
- Tendance à réserver dans les derniers jours avant le départ chez les internautes et les non internautes selon la nature du foyer
- Tendance à réserver dans les derniers jours avant le départ chez les internautes et les non internautes selon le niveau de diplôme du chef de famille
- La réservation à j-15 chez les internautes et les non internautes selon la PCS et la nature du foyer

## 22. e-touristes et départ à l'étranger

- Profil des internautes partant à l'étranger (DOM-TOM compris)
- Départ à l'étranger chez les internautes et les non internautes selon la PCS et la nature du foyer

## 23. e-touristes, fidélité au lieu de vacances d'été et critères de choix

- Profil des internautes pensant retourner, cet été, sur le même lieu de vacances d'été que l'an passé
- Retour sur le même lieu de vacances d'été chez les internautes et les non internautes selon la PCS et la nature du foyer
- Les critères de choix les plus importants d'une destination à l'étranger internautes / non internautes

## 24. e-touristes et les sacrifices

- Les postes sacrifiés par les internautes et les non internautes pour qui partir en vacances est un besoin "vital"
- Profil des internautes actifs prêt à faire au moins un sacrifice
- Les internautes et les non internautes prêts à faire des sacrifices pour prendre des vacances selon la PCS et la nature du foyer

## 25. Profil des préparants sur internet

- Une préparation de ses séjours de plus en plus exclusivement en ligne
- L'évolution du taux de préparation et de réservation des prestations touristiques sur Internet
- La préparation sur internet selon la PCS et la nature du foyer
- Préparants et non préparants sur internet segmentés par tranche d'âge et PCS
- Préparants et non préparants sur internet segmentés par diplôme du chef de famille et nature du foyer



## 26. Avantages de la préparation en ligne

- Les avantages liés à la préparation du séjour sur Internet
- Les avantages de la préparation sur internet segmentés par homme/femme
- Les avantages de la préparation sur internet segmentés par actif / non actif
- Les avantages de la préparation sur internet selon l'âge
- Les avantages de la préparation sur internet selon la PCS
- Les avantages de la préparation sur internet selon la nature du foyer

## 27. Importance de la marque de l'agence en ligne

- Importance de la marque dans le choix final
- Importance de la marque dans le choix final selon les régions
- Profil des réservants accordant une importance à la marque dans le choix final
- L'importance de la marque dans le choix final segmentée par homme/femme et tranche d'âge
- L'importance de la marque dans le choix final segmentée par activité/non activité et PCS
- L'importance de la marque dans le choix final selon la nature du foyer
- L'importance de la marque dans le choix final selon le niveau de diplôme du chef de famille

## 28. Profil des réservants

- La réservation sur internet selon la PCS et la nature du foyer
- Réservation : profil des transformants et des non transformants segmenté par tranche d'âge et PCS
- Réservation : profil des transformants et des non transformants segmenté par diplôme du chef de famille et nature du foyer

## 29. La place de l'internet dans 3 ans

- Internet dans 3 ans : principal moyen de préparation/réservation selon les régions
- Profil des préparants pensant qu'internet sera d'ici 3 ans le principal moyen pour préparer ou réserver ses séjours
- Internet dans 3 ans : principal moyen de préparation/réservation segmenté par homme/femme et tranche d'âge
- Internet dans 3 ans : principal moyen de préparation/réservation segmenté par activité/non activité et PCS
- Internet dans 3 ans : principal moyen de préparation/réservation selon la nature du foyer
- Internet dans 3 ans : principal moyen de préparation/réservation selon le niveau de diplôme du chef de famille

## 30. Eléments de l'étude de 2005 apportant de la valeur à l'étude de 2006

- La destination est-elle votre critère le plus important ?
- Ne pas considérer la destination comme un critère premier selon l'âge
- Ne pas considérer la destination comme un critère premier selon la PCS
- Ne pas considérer la destination comme un critère premier selon le diplôme atteint
- Partir en séjour thématique ?
- Partir en séjour thématique en 2005 selon l'âge (projection) ?
- Partir en séjour thématique en 2005 selon la PCS (projection) ?
- Partir en séjour thématique en 2005 selon le diplôme atteint (projection) ?
- Comparaison préparation/réservation : Taux d'équipement
- Dans quels lieux se connectent les Internautes préparant/réservant ?
- Quelle(s) information(s) les Internautes recherchent-ils ?
- Les sites Web : une invitation au voyage ?
- Pourquoi le Web ne donne-t-il pas plus envie de partir ?
- Pourquoi le Web donne-t-il un peu envie de partir ?
- Pourquoi le Web donne-t-il beaucoup envie de partir ?
- 

