

## Souscription au Cdrom annuel du Cabinet *Raffour Interactif*

### "Courts séjours, vacances, nouvelles tendances et e-tourisme" & livraison d'un **mémoire juridique e-tourisme**, & de tous les supports de la **conférence du 18 juin 2009**

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.

*Ce Cdrom contient trois types de documents...*

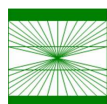
#### **A) Notre nouvelle étude Baromètre annuelle complète "Courts séjours, Vacances, Tendances et Internet, bilan 2008 et perspectives". Elle est devenue la référence du secteur.**

Le questionnaire a été mis au point 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 2009 est le 7ème).

Le terrain **face à face à domicile** a été mené par des **enquêteurs professionnels** pendant les mois de **janvier et février 2009** auprès de **1000 personnes représentatives** de la population française de **15 ans et plus** sur la base de quotas croisés par âge, sexe, région, habitat et catégories socio-professionnelles.

Nous avons exploité les résultats (traitements, analyses, graphiques) de février à juillet 2009 en travail piloté, réalisé par un chargé d'études et un ingénieur statisticien. Cette étude comporte plus de **300 slides séparés en 28 thèmes** que voici...

01. Profil des Français de 15 ans et +
02. Taux de départ des Français (Longs séjours, courts séjours marchands et fréquence)
03. Profil des partants en court séjour marchand
04. Profil des partants en long séjour
05. Taux de départ et fidélité au lieu de vacances d'été
06. Taux de départ à l'étranger vs Dom-Tom & profil des partants
07. Comparaison partants à l'étranger VS partants en France exclusivement
08. Budgets vacances - Combien en prévoient, combien les respectent
09. Français prêts à faire des sacrifices sur d'autres dépenses pour partir en vacances
10. Délais de réservation pour les longs séjours marchands
11. Profil des Français dont le revenu mensuel brut est supérieur à 3000€
12. Profil des Internautees
13. Evolution du taux d'utilisation d'Internet (selon le niveau d'étude, la PCS et le revenu)
14. Lieux de connexion à Internet
15. Taux de départ des Internautees vs non Internautees
16. Comparaison Internautees vs non Internautees
17. Part des Internautees chez les Français partis en séjour
18. La préparation en ligne
19. Préparation des séjours sur Internet exclusivement
20. Avantages perçus de la préparation en ligne
21. Sentiment d'expertise pour la préparation des séjours
22. Profil des réservants vs non réservants sur Internet & pourquoi certains préparants n'ont pas réservé
23. Taux de transformation (part des préparants sur Internet qui réservent en ligne)
24. Types de prestations réservées sur Internet
25. Web 2.0 (Lecture des avis, dépôt de contenus, qualification des contenus déposés)
26. Intentions de départs pour 2009 en CSM, LSM, LSNM
27. Evaluation des comportements face à la conjoncture économique difficile
28. Incidence du réchauffement climatique sur les séjours

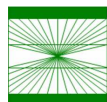


## B) Supports de la conférence "Nouvelles tendances de consommation touristique et e-tourisme" du 18 juin 2009

Les supports sont ceux des intervenants du 18 juin (présentation PowerPoint) selon les thèmes ci-dessous. Toutes les interventions sont spécifiques avec différents métiers représentés.

### Thèmes des supports contenus dans ce Cdrom

- ▶ **Vacances Transat** : de quelle manière un Tour Opérateur doit-il adapter une production en "Brochures", au canal Web et à sa nouvelle écriture interactive ?
- ▶ **SNCM** : de quelle façon l'accélération provoquée par le media internet, et la réactivité des internautes, ont changé le contenu et le rythme des offres de traversées en bateau à destination de la Corse ?
- ▶ **Accor Hospitality** : quels sont les enjeux de l'adaptation des contenus des offres en ligne d'hôtellerie aux profils des internautes ?
- ▶ **HomeAway** : comment le marché de la location saisonnière de vacances entre particuliers s'est imposé comme une tendance lourde du voyage en ligne et quel est son potentiel de croissance ?
- ▶ **Call Expert** : quelles demandes sont exprimées par les clients des agences en ligne lors de leurs appels au Call Center ? Comment les rassurer et augmenter le taux de transformation ?
- ▶ **Aéroports de Lyon** : quelle offre de services aéroportuaires innovants, basée sur l'analyse des besoins des clients, apporte une réelle avance concurrentielle ?
- ▶ **Europ Assistance** : pourquoi passer d'une logique de distribution de masse à une logique de personnalisation et de services additionnels ?
- ▶ **Traveltainment** : les nouvelles technologies de recherche au service des comportements d'achats sur le Web
- ▶ **Travelzoo** : quelles sont les principales évolutions du modèle publicitaire en e-tourisme ? Comment arbitrer entre volume et qualité pour fidéliser les internautes ?
- ▶ **Ebookers** : comment développer le modèle 'media' d'un site marchand en valorisant son trafic visiteurs ?
- ▶ **Sprice** : quelles sont les implications de la crise sur les comparateurs en ligne de voyages ?
- ▶ **Michelin guides** : de quelle façon le tourisme en ligne induit-il un repositionnement stratégique et multicanal des guides de tourisme ?
- ▶ **Esthua** : quelles sont les principales raisons des succès ou des échecs de projets touristiques lancés par les territoires ?
- ▶ **Travelfactory** : quel est le modèle optimal pour vendre la destination France aux Français via un portail internet dédié : [declicfrance.com](http://declicfrance.com) ?
- ▶ **ViaFrance** : quels contenus valorisent les sites de destination ? Comment permettent-ils l'acquisition de clients en référencement naturel et leur fidélisation par la personnalisation ?
- ▶ **Mappy** : pourquoi la géolocalisation des services (hébergements, points d'intérêt, ...) est devenue indispensable à la prestation touristique ?
- ▶ **Hrs France** : comment les supports mobiles deviennent stratégiques pour une offre hôtelière toujours accessible ?
- ▶ **Fédération Touristique de la Province de Namur** : la technologie GPS au service du tourisme, l'évolution de la cartographie & les perspectives des courts séjours



## C) Documents joints liés aux thématiques des nouvelles tendances et du e-tourisme

- ▶ 6 mois de **veille** informationnelle "Nouvelles tendances" (de janvier à juin 2009) issue de la veille mensuelle du Cabinet
- ▶ une **synthèse** sur le e-tourisme en 2009 rédigée par Guy Raffour
- ▶ un **mémoire** très complet sur tous les aspects juridiques du e-tourisme rédigé par Eric Barbry, Directeur du Pôle Communications Electroniques du Cabinet Alain Bensoussan  
*Thèmes abordés...*
  01. Création d'un site, maintenance
  02. Notice légale
  03. Régime d'autorisation
  04. Conditions générales d'utilisation du site
  05. Conditions générales de vente
  06. Conditions générales de prestations touristiques
  07. Conditions générales de vente de locations saisonnières de meubles touristiques
  08. Responsabilité du professionnel de tourisme
  09. Contrat clic
  10. Contrat sous forme électronique
  11. Noms de domaine
  12. Forums de discussion
  13. Hébergement
  14. Liens hypertextes
  15. Liste de diffusion
  16. Paiement électronique
  17. Prospection commerciale
  18. Publicité en ligne
  19. Référencement et métatags
  20. Marque blanche
  21. Informatique et libertés
  22. Droit applicable
- ▶ l'étude complète "**Baromètre des vacances des Européens – 9ème édition**" d'Europ Assistance  
*Thèmes abordés :*
  01. Les intentions de départ pour l'été 2009
  02. La durée des vacances d'été 2009
  03. Les vacances idéales
  04. Les destinations de vacances de l'été 2009
  05. Le type de destinations pressenties
  06. Quelle formule de vacances et quel mode d'hébergement ?
  07. Les facteurs de choix de la destination
  08. La préparation des vacances
  09. Les modalités d'achat
  10. Les budgets vacances
  11. Les risques perçus
  12. La couverture des risques
- ▶ un PowerPoint spécialement établi par le rédacteur en chef de **Voyage & Technologies** sur sa vision d'un an de e-tourisme
- ▶ l'**Etude sur les publics non-partants en vacances** de l'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances  
*Phase quantitative :*
  01. % et profils des non-partants en vacances
  02. Motifs de non-départ
  03. Attentes des non-partants vis-à-vis des vacances*Phase qualitative :*
  04. Besoins et aspirations des non-partants en matière de vacances et de loisirs
  05. Evaluation des professionnels sur les dispositifs d'aide existants
  06. Regards critiques sur ces dispositifs
  07. Pistes d'amélioration



## Bon de commande du Cdrom 2009 du Cabinet Raffour Interactif

contenant l'étude "Courts séjours, Vacances, Nouvelles Tendances, E-tourisme",  
le mémorandum juridique e-tourisme & tous les supports autorisés de la conférence du 18 juin  
& les documents cités (A, B, C)

**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 2009**  
**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

**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 boite : [cdrom.raffour@orange.fr](mailto:cdrom.raffour@orange.fr)

**Je commande le Cdrom 2009 du Cabinet Raffour Interactif au tarif de 650 € ht soit 777,4 € ttc** <sup>(1)</sup>

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** <sup>(2)</sup> .....  
ADRESSE : ..... CP : ..... VILLE : ..... PAYS : .....

***Je reconnais avoir pris connaissance des conditions générales de vente*** <sup>(3)</sup>

**TAMPON et SIGNATURE**

Fait à ..... le .....

<sup>(1)</sup> TVA à 19,60% sur encaissements.

N° de TVA intracommunautaire : **FR01352142459**

<sup>(2)</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>(3)</sup> **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.

