

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

### "Courts séjours, vacances, nouvelles tendances et e-tourisme" & tous les supports de la conférence du 20 juin 2011 & un **mémoire** juridique e-tourisme et bonnes pratiques & documents et études liés aux nouvelles tendances et à l' E-tourisme

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 Barométrique annuelle complète 2011 "Courts séjours, Vacances, Nouvelles Tendances et E-tourisme". 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 2011 est le 9ème)

Le terrain **face à face à domicile** a été mené par des **enquêteurs professionnels** pendant les mois de **janvier** et **février 2011** auprès de **1030 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, France entière.

Nous avons exploité les résultats (traitements, analyses, graphiques) de mars à juin 2011 en travail piloté, réalisé par un chargé d'études et un ingénieur statisticien. Cette étude comporte plus de **300 slides séparés en 30 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. Courts Séjours Marchands - Taux de départ et profil des partants
04. Longs Séjours - Taux de départ et profil des partants
05. Principal Long Séjour Marchand - Mode de réservation
06. Principal Long Séjour Marchand - Type de destination
07. Principal Long Séjour Marchand - Type d'hébergement
08. Principal Long Séjour Marchand - Les critères de choix de la destination
09. Départs à l'étranger - Taux de départ et profil des partants
10. Comparaison partants à l'étranger VS partants en France exclusivement
11. Français prêts à faire des sacrifices sur d'autres dépenses pour partir en vacances
12. Délais de réservation pour les Longs Séjours Marchands
13. Profil des Français dont le revenu mensuel net avant impôts du foyer est supérieur à 3000€
14. Evaluation des comportements face à la conjoncture économique difficile
15. Taux d'Internaute et profil des Internautes
16. Evolution du taux d'utilisation d'Internet (selon le niveau d'étude, la PCS et le revenu)
17. Modes d'accès à Internet
18. Taux de départ des Internautes vs non-Internautes
19. Comparaison Internautes vs non-Internautes
20. Part des Internautes chez les Français partis en séjour
21. La préparation en ligne
22. Préparation des séjours sur Internet exclusivement
23. La réservation en ligne
24. Taux de conversion (part des préparants sur Internet qui réservent en ligne)
25. Types de prestations réservées sur Internet
26. Web 2.0 (Lecture des avis, dépôt de contenus)
27. Préparation du séjour sur mobile
28. Utilité d'Internet sur téléphone mobile
29. Intentions de départs pour 2011 en Court Séjour Marchand et Long Séjour
30. Incidence du réchauffement climatique sur les séjours

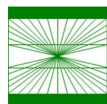


## B) Supports de tous les intervenants de la conférence "Nouvelles tendances de consommation touristique et e-tourisme" du 20 juin 2011

Les supports sont des présentations PowerPoint liées aux thèmes ci- dessous.  
Toutes les interventions sont spécifiques avec différents métiers représentés.

### Thèmes des supports contenus dans ce Cdrom

- ▶ **Aéroport Marseille Provence** : Comment un aéroport peut-il fédérer la promotion en incoming et stimuler une communauté outgoing ?
- ▶ **Amadeus** : Quelles améliorations, notamment technologiques, souhaitent les passagers de l'aérien pour réduire les problèmes susceptibles d'être rencontrés au cours de leurs voyages ?
- ▶ **Call expert** : Pour quelles raisons des touristes ayant préparé leurs voyages en ligne, préfèrent ensuite les réserver via un centre d'appel ?
- ▶ **Camping and Co** : Quel potentiel révèle l'activité d'hôtellerie de plein air ? Pour quelle typologie de clients ? Quelle place y tient le e-tourisme ?
- ▶ **Commissariat au Tourisme de Wallonie** : Comment répondre aux demandes d'informations des touristes par des applications innovantes ? avec l'exemple de l'appli YourTour
- ▶ **Ecotour.com** : En quoi l'efficacité opérationnelle (Lean management) doit-elle se placer au cœur de la stratégie de distribution de séjours online ?
- ▶ **Esthua** : Clusters tourisme : comment optimisent-ils la visibilité des destinations par une co-production mise en réseau ? Pour quelles pratiques touristiques ?
- ▶ **Europ assistance** : Assurance voyage : l'offre crée-t-elle la demande ou est-ce l'inverse ? Retours d'expérience sur la création de valeur
- ▶ **GlobalCollect** : Paiement mobile : quelles stratégies adopter pour le paiement de prestations touristiques ?
- ▶ **HRS** : Quelles évolutions constate-t-on du profil consommateur et de ses usages dans la réservation d'hôtels sur mobile (smartphones, tablettes..) ?
- ▶ **Lastminute.com** : Comment réussir la complémentarité entre marketing on line et marketing off line ?
- ▶ **SNCF** : Que faut-il privilégier pour concevoir une application mobile qui réponde aux attentes repérées des utilisateurs comme la fluidité et la rapidité ?
- ▶ **Sprice.com** : Quel est l'avenir du modèle économique des comparateurs en ligne? Quelles sont leurs forces & faiblesses?
- ▶ **TravelHorizon.com** : Comment rendre plus performant le module de recherche multicritère de son site web afin de s'adapter aux nouvelles tendances de consommation touristique ?
- ▶ **Vinivi** : Les avis de consommateurs peuvent-ils être crédibles s'ils ne sont pas "certifiés" ?
- ▶ **Voyages Loisirs** : Quelles principales évolutions constate-t-on dans la commercialisation des Résidences de vacances ? ou comment passer d'un modèle de VPciste à celui d'un pure player ?
- ▶ **Voyageprivé.com** : A quels nouveaux besoins la vente privée de voyages répond-elle ?
- ▶ **Voyages-sncf.com** : Quels enseignements tirer des résultats des applications mobiles d'horaires et réservations ?
- ▶ **Weekendesk.fr** : Quelle politique marketing doit-on mettre en œuvre pour optimiser la vente de courts séjours ?



## C) Documents & études joints liés aux thématiques des nouvelles tendances et du E-tourisme

- ▶ Un rapport de Synthèse de 6 mois de **veille** informationnelle (janvier 2011 à juin 2011) sur le tourisme en ligne (tous supports : Internet, smartphones, tablettes...) issu de la veille mensuelle du Cabinet (50 sources analysées)
- ▶ Une **synthèse** sur le E-tourisme en 2011 rédigée par Guy Raffour
- ▶ Un **Mémoire** très complet sur tous les aspects juridiques du e-tourisme et les bonnes pratiques, 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 spécial aux prestations touristiques
  04. Conditions générales d'utilisation du site
  05. Conditions générales de vente
  06. Conditions générales de prestations touristiques
  07. Responsabilité du professionnel de tourisme
  08. Contrat clic
  09. Pratiques commerciales déloyales
  10. Contrat sous forme électronique
  11. Noms de domaine
  12. Espaces 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. Informatique et libertés
  21. Droit applicable
- ▶ L'étude complète "**Baromètre des vacances des Européens – 2011**" d'Europ Assistance  
*Thèmes abordés :*
  01. Les intentions de départ pour l'été 2011
  02. La durée des vacances d'été 2011
  03. Les critères de choix de la destination
  04. Le "budget vacances" pour l'été 2011
  05. Les vacances idéales
  06. Les destinations de vacances de l'été 2011
  07. Le type de destinations pressenties
  08. L'organisation des vacances
  09. Les modalités d'achat
  10. Quelle formule de vacances et quel mode d'hébergement ?
  11. L'usage et l'utilité du Smartphone pour préparer les vacances
  12. L'utilité du Smartphone pendant les vacances
  13. Les préoccupations des vacanciers
  14. Risques et couverture des risques
  15. La souscription à un contrat d'assurance
- ▶ Des extraits liés à la thématique du E-tourisme de l'étude Raffour Interactif "**Les évolutions du tourisme de Loisir dans les 10 ans à venir vues par 400 Agents de voyages** (octobre 2010)  
*Thèmes abordés :*
  01. L'impact du média Internet
  02. L'impact du m-tourisme
  03. Les nouvelles technologies
- ▶ Une présentation des réseaux sociaux par **Affinitiz**
- ▶ Un PowerPoint établi par le rédacteur en chef de **Voyage & Technologies** sur sa vision d'un an de l' E-tourisme



## Bon de commande du Cdrom 2011 du Cabinet Raffour Interactif

contenant l'étude 2011 "Courts séjours, Vacances, Nouvelles Tendances et E-tourisme",  
& le mémorandum juridique e-tourisme & tous les supports de la conférence du 20 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 2011**  
**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 en précisant cette demande.

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

**Je commande le Cdrom 2011 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 pli recommandé

*La facture acquittée sera envoyée avec le Cdrom (ou par e-mail en format PDF protégé si souhaité 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 et/ou son contenu ne doivent en aucun cas être diffusés à des tiers non souscripteurs et les informations contenues ne doivent pas être rendues publiques et ce sous quelque support que ce soit.**

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.

