

## Brochures papier : gouffre budgétaire et énorme gâchis... [Lundi 21 Mai 2007 - 23:17](#), [Aline Pontailier - redaction@tourmag.com](mailto:Aline.Pontailier@tourmag.com)

### Brochures papier : chronique d'une mort annoncée ?

**Face à la pression des sites électroniques et à la courte durée de vie des tarifs affichés, la très classique brochure de voyage imprimée commence à souffrir de quelques handicaps structurels. Pour des raisons écologiques autant que par souci d'efficacité, elle devrait évoluer rapidement sous peine de disparaître.**



Outre son coût qui représente souvent le 2e poste budgétaire après les salaires, la brochure papier est un énorme gâchis car une grande partie finit à la poubelle

5,7 millions de Français préparent leurs séjours touristiques exclusivement sur Internet " *L'année 2005 a marqué un tournant* ", explique Guy Raffour, expert du marché, dans son étude de fin 2006.

Deux raisons premières à l'utilisation croissante du media web : l'immédiateté de la réponse et la possibilité de rester chez soi pour l'obtenir, le prix venant en troisième position des critères. Les internautes sondés pensent à 70% que, d'ici trois ans, le web sera leur seul moyen de préparation et de réservation séjours.

" *Les brochures papier continuent donc à perdre du terrain, ce qui impose aux producteurs de repenser leur utilisation de ce support, bien souvent très coûteux et à réactualiser constamment.* "

### Une grosse marge de progression pour le web

La sécurité et la technique électroniques progressent et déclenchent logiquement un accroissement des ventes directes en ligne. Et le potentiel de croissance de ce media est encore important, car la moitié des prestataires ne proposent pas encore de site commercial. Or, par exemple, 55% des acheteurs de séjour en France se sont adressés en 2005 directement aux producteurs, et seulement 8% sont passés par une agence de voyages. La marge de progression est donc large, et n'est limitée que par la méconnaissance de l'outil. Pour ceux qui sont formés et équipés, on assiste à " *la naissance d'un nouveau communautarisme en CtoC, via les carnets de voyages* " et blogs de voyageurs, ce qui enrichit l'information disponible en ligne et complique encore la difficulté pour les producteurs de répondre à tous les besoins dans une brochure annuelle plus ou moins figée

### Un nouvel outil comparatif, les blogs

" L'enjeu pour les producteurs, c'est d'une part la baisse des coûts de distribution mais également le contact et la compréhension du client final ". *Et là, l'innovation et la créativité redeviennent les maîtres-mots de l'adaptation à une accélération du mouvement.*

Mais aujourd'hui, la brochure est encore la première source d'information. D'après l'International Association of Professional Brochure Distributors, 84,7% des clients découvrent un objectif de voyage grâce à une brochure et 36,6% peuvent changer leur programme initial après lecture d'une brochure. Ceci concerne la destination, un lieu, un hôtel, une activité. C'est dans un deuxième temps, une fois accrochés, que 77% des Français cherchent à en savoir plus sur Internet et 54% dans des guides touristiques. La brochure est donc encore bien vivante.

### Gouffre budgétaire et prise de conscience écologique

En plus de son coût - parfois deuxième poste budgétaire après les salaires -, du gâchis de son utilisation - une grande partie finit à la poubelle -, de son manque de souplesse tarifaire pour optimiser les ventes (voir articles 2 et 3 à venir), la brochure classique doit aussi faire face à la montée de la tendance écologique et à la demande croissante de respect de critères environnementaux (voir article 4 à venir). Un sacré challenge pour les créateurs !

**Raffour Interactif** : cabinet d'études, de veille, audit de sites, formation, conseil