

Exclusif

Guy Raffour, PDG du Cabinet d'études Raffour Interactif, spécialisé dans le tourisme confie en exclusivité au Temps le bilan de son étude sur des évolutions du tourisme de loisirs dans les dix ans à venir, perçues par 400 agents de voyages.

"Ce sera l'ère du **CONSOMM'ACTEUR**"



- La tension sur le pouvoir d'achat justifie les nouveaux comportements des touristes
- Une hausse des hébergements "insolites", de ceux "entre particuliers", des chambres d'hôtes, des mobil home, des gîtes ruraux...
- L'internet va modifier de plus en plus la structure de l'offre et de la demande touristique
- Les touristes deviendront de plus en plus experts...
- Dans les 10 ans à venir, l'intégration des aspects environnementaux dans la mise au point des prestations va se généraliser.

KAMEL BOUAOUINA

Il ne suffit plus d'une jolie brochure pour attirer les vacanciers : aujourd'hui les voyageurs rivalisent d'imagination pour les convaincre. La destination n'est plus prioritaire. Pour séduire le touriste de demain, il faudra apprendre à personnaliser ses produits, prendre en compte ses nouvelles tendances, adapter sa communication et donner de la valeur ajoutée (service, accueil, relation...). Il faudra concevoir aussi des produits qui répondent à ses besoins et ne négliger aucun détail. L'hôtel n'est plus le point focal dans le tourisme de nos jours. Nos professionnels devront repenser leur produit touristique afin qu'il prenne part aux nouvelles tendances de l'économie mondiale et la clientèle potentielle. Les touristes souhaitent de plus en plus changer de lieu de séjour d'une année sur l'autre, vivre de nouvelles expériences.

Les compagnies aériennes, ainsi que les tour-opérateurs ont été particulièrement frappés par la faiblesse des marchés émetteurs, mais aussi par les réservations tardives, la tendance à écourter les séjours et la diminution des dépenses lors des voyages d'affaires.

Il appartient aux professionnels d'engager les transformations nécessaires pour s'adapter à la modification de la demande. Le E-tourisme modifie petit à petit les comportements car l'accès à une multiplicité d'informations actualisées rend les touristes plus exigeants, plus précis dans leurs demandes et les capacités de diffusion d'internet permettent à ces touristes de produire des avis et des commentaires sur les prestations qu'ils ont vécues. La comparaison des offres les aguerrit et ils surfent invariablement de sites de distributeurs aux sites de prestataires en direct. Ils complètent leurs informations par des sites non marchands, associatifs et

institutionnels. Guy Raffour, créateur en 1989 du Cabinet Raffour Interactif spécialisé dans la veille tourisme, les études qualitatives et quantitatives, l'accompagnement de territoires (analyses systémiques, pyramide stratégique), l'audit de sites internet, la stratégie en ligne, enseignant en e-tourisme et coauteur de nombreux ouvrages : le marketing interactif, le guide du commerce électronique, Internet les enjeux pour la France, profession Webmaster, mille milliards d'e-mails, la confiance,

défi du e-commerce... a réalisé une étude des évolutions du tourisme de loisirs dans les dix ans à venir, perçues par 400 agents de voyages, qui sont des conseillers "au quotidien" de leurs clients et qui maîtrisent les offres du secteur.

Le Temps économie : tout d'abord, quel est l'objectif de cette étude ?

Guy Raffour : l'objectif de cette étude est d'établir une analyse prospective des évolutions du tourisme de Loisir dans les 10 ans à venir vues par les Agents de voyages, qui sont des conseillers "au quotidien" de leurs clients et qui maîtrisent les offres du secteur. 400 Agents de voyages français, de points de vente différents, de types de réseaux différents et la France entière ont participé à cette étude, représentatifs par taille, région, type de réseau et activité. Le terrain de l'étude s'est déroulé du 2 août au 15 septembre 2010. Cette étude en est à sa 2ème édition après une 1ère en 2008. 75 questions ont été posées pour 30 thèmes abordés. Le total des réponses cumulé représente 21 jours/ homme d'intelligence collective.

Les Français ressentent-ils un besoin vital de partir ?

Une majorité de Français éprouvent un besoin vital de partir. Concernant l'avenir, les agents de voyages considèrent que ce besoin vital ira en s'amplifiant. En effet, toutes nos études démontrent que les difficultés économiques augmentent le désir de "Partir" pour s'aérer, changer du cadre quotidien, faire de nouvelles rencontres, s'enrichir intellectuellement, reposer son corps ou alors l'activer sportivement, partager avec des proches des moments que l'on ne peut pas vivre "au quotidien". Par rapport à d'autres secteurs d'activités, celui du tourisme possède cette force d'être très réactif en termes d'offre vis-à-vis d'une demande qui l'est de plus en plus.

Y aura-t-il une perte de repère sur les prix ?

La tension sur le pouvoir d'achat justifie les nouveaux comportements qu'adoptent les Français : comparer de plus en plus les prestations, réduire les achats sur place et tenter de réduire les dépenses de transport. C'est donc une situation où l'on a envie de partir sans forcément en avoir les moyens. De ce



Toutes nos études démontrent que les difficultés économiques augmentent le désir de « partir », de changer de cadre...

”

La tendance est actuellement et pour les prochaines années à une plus grande personnalisation, plus d'originalité et une recherche d'authenticité dans l'hébergement.

”

L'information en ligne stimule la demande aussi bien pour le grand public que pour les voyageurs d'affaires.

”

fait les acteurs de l'offre multiplient les pratiques promotionnelles. Les AGV interrogés pensent que ces pratiques vont se généraliser à l'avenir (promotions, ventes flash, soldes...), mais ils pensent également que celles-ci vont créer une perte de repère et une attente de la part des touristes, d'un "effet d'aubaine". Notons que ceci accentuera également les "ventes de dernière minute".

Quels sont les types de transports empruntés pour les vacances des Français et comment évolueront-ils ?

Actuellement, 77% des Français prennent leur véhicule personnel comme mode de transport principal pour leurs voyages personnels, 13% le train, et 7% l'avion (source Dgcs). Les agents de voyages pensent, que d'ici 2020, les modes qui augmenteront "le plus" seront par ordre : le train, l'avion, la voiture personnelle, et le covoiturage. Notons la 4ème place pour ce nouveau mode de transport qui doit sa naissance à l'utilisation de sites internet dédiés mais surtout à un changement comportemental des Français vis-à-vis de leur voiture. Celle-ci est "désacralisée" face notamment aux coûts de son utilisation. Les AGV pensent à juste titre que les Français sont désormais prêts à prendre des moyens alternatifs pour se rendre dans leurs lieux de séjours et à raisonner davantage pour des transports collectifs.

Et concernant les types d'hébergements ?

33% des voyages personnels des Français s'effectuent dans un hébergement marchand, respectivement 15% dans les hôtels, près de 11% dans les locations / gîtes / chambres d'hôtes, un peu plus de 5% dans les campings etc. D'ici à 2020, les AGV prévoient, globalement, une hausse des hébergements "insolites", de ceux "entre particuliers", des chambres d'hôtes, des mobil home, des gîtes ruraux... et bien sûr du "non" marchand. La tendance émergente est donc celle d'une plus grande personnalisation, originalité et authenticité dans les hébergements. Cette tendance se retrouve d'ailleurs dans les hébergements plus classiques où les acteurs (notamment les Résidences locatives) ont amélioré leurs prestations en termes de services, de surfaces des logements, d'esthétique, d'accès à une nature plus préservée et à des loisirs communautaires ou "à la carte".

Quels seront les critères de choix des destinations à l'étranger ?

Somme toute, les AGV prévoient des critères, parmi 20 qui leur étaient soumis, qui restent centrés sur des préoccupations concrètes des touristes qu'ils rencontrent au quotidien et qui leur parlent : le climat, le budget, les conditions sanitaires. Ceci doit amener les TO à réfléchir aux arguments à déployer auprès des touristes pour emporter l'adhésion, au-delà de la promesse d'évasion.

Quels seront les délais de réservation ?

Quasiment un Agent sur deux interrogé prévoit que les réservations se dérouleront de "plus en plus" les 15 derniers jours. Cette tendance est en effet confirmée par nos mesures issues de notre Baromètre annuel auprès des Français. Les raisons en sont multiples : recherche d'effet d'aubaine sur les prix, moindre importance de la destination en tant que telle, plus grande volatilité de la concrétisation de la demande, prise en compte de la météo... De ce fait les acteurs de l'offre en ont créé pour pouvoir répondre à ces critères de "dernière minute" et les rend notamment accessibles via les médias interactifs que sont les sites Internet fixes et mobiles.

Le tourisme en ligne modifiera-t-il de plus en plus la structure de l'offre et de la demande ?

Les résultats de notre Baromètre annuel démontrent que sur les 29 millions de Français âgés de 15 ans et + partis en courts séjours marchands et/ou en longs séjours en tourisme de Loisir, près de 15 millions ont préparé tout ou une partie de leur séjour sur internet, soit, pour la 1ère fois, la barre des 50% franchise. Plus de 10 millions ont réservé ferme soit 35% des Français partis. La progression est régulière alors que le média n'est apparu réellement en termes d'usage qu'il y a 12 ans. Les e-touristes plébiscitent 3 aspects : la possibilité d'accéder à l'information quand on le souhaite, sans se déplacer, tout en pouvant comparer les offres. On retrouve dans ceux-ci les fondements mêmes de l'interactivité : affranchissement au temps, à l'espace et à la distance. Les AGV pensent qu'internet -dans les dix ans à venir-, va modifier de plus en plus la structure de l'offre et de la demande touristique. Le secteur touristique, à travers toutes

ses composantes, est en effet en parfaite adéquation avec ce nouveau "média". Media se situant à la fois comme un système d'information global, interactif, temps

réel, multimédia, de communication "réticulaire" grâce aux liens hypertexte, aux e-mails, aux forums, aux blogs, aux affiliations, aux partenariats, au Web2.0 communautaire et comme un système de réservation en temps réel. Ainsi l'information en ligne stimule la demande aussi bien pour le grand public, que pour les voyageurs d'affaires, les Tour Opérateurs -qui inscrivent dans leur production les offres repérées en ligne des professionnels-, le tourisme de séminaires & congrès.

Les clients deviendront-ils de plus en plus experts ?

Une majorité d'AGV pensent que dans les dix ans les touristes deviendront de plus en plus experts... et cette expertise se traduira essentiellement par une demande de prestations repérées précédemment en ligne, une attitude plus opportuniste, et... une négociation des prix. En effet les "consomm'acteurs" au fur et à mesure que les sites internet évoluent en termes de contenus, d'offres, d'ergonomie, de comparateurs, etc, se forment en ligne et augmentent en parallèle leur niveau d'expertise et d'exigence. Ils ont, de plus, accès à tout le Web communautaire où les avis d'autres touristes les aident à se forger une opinion après en avoir eux-mêmes déposé une. L'expertise montante des Français oblige les Agents de voyages et les Tour-Opérateurs, en adéquation, à apporter de plus en plus de conseils, de contenus de séduction et pratiques, « d'infomédiation » personnalisée, de valeur ajoutée de spécialistes, le tout avec un excellent rapport qualité-prix, incontournable car repéré en amont par les clients et vérifiable en ligne.

L'environnement sera-t-il leur priorité ?

Actuellement 7% des Français (Baromètre annuel), jugent prioritaire la prise en compte du réchauffement climatique dans la mise au point de leur projet de séjour et 16% en "tiennent compte" mais sans en faire une priorité. Donc des tendances minoritaires. 88% des Agents de voyages, sur cet aspect, pensent que dans les 10 ans à venir, l'intégration des aspects environnementaux dans la mise au point des prestations va se généraliser.

