



Bon de commande de l'étude exclusive

Les évolutions du tourisme de Loisir dans les 10 ans à venir, perçues par 400 Agents de voyages

2^{ème} édition, octobre 2010

Objectifs de l'étude

400 **Agents de voyages** issus de points de vente **différents** ont été interrogés sur leur **perception** des principales **évolutions** du **tourisme de Loisir** dans les **dix ans** à venir.

Nous avons pu constater, lors des précédentes études, à quel point les Agents de voyages délivrent une **opinion pertinente concernant les évolutions que notre secteur va connaître**. En effet ils captent ces évolutions au quotidien via leurs **rencontres avec les clients, les fournisseurs** et lors **d'Eductours, de formations, de lectures**.

Nous leur avons demandé d'être spontanés, de relater leur perception "expérientielle" sur différents thèmes qu'ils maîtrisent parfaitement, sans qu'ils aient d'effort particulier ou investigation à mener.

Leurs réponses traduisent leurs expériences **projetées** dans le court & moyen terme.

400 interviews ont été ainsi **consolidées**. Elles expriment ce que **les professionnels de la distribution pensent**.

L'évolution du secteur du tourisme de Loisir est considérable : nouveaux comportements de la clientèle, nouvelles destinations en concurrence, nouveaux critères de choix, nouveaux défis sociétaux & économiques, nouveaux défis environnementaux & énergétiques, nouvelles politiques commerciales, nouvelles technologies, nouvelles préoccupations sécuritaires ...

Cette étude permet à ses souscripteurs de bénéficier, grâce aux **tendances** pressenties, d'une **aide précieuse à la réflexion pour optimiser ses offres de produits & services**.

Elle constitue un point de vue unique, issu de l'expérience capitalisée de 400 professionnels en situation de répondre, équivalent à 21 jours hommes cumulés d'intelligence collective.

Cette étude permet de se "poser", de dialoguer, de lancer des idées, de réfléchir à de nouvelles tactiques et stratégies.

L'objectif est ainsi de mieux apprécier les tendances à venir pour **réagir en connaissance de cause**.

Nous avons organisé cette prise de parole avec une méthodologie éprouvée.





Methodologie de l'étude

Nous avons préparé, avec beaucoup de précautions -cette étude nous a demandé quatre mois de travail- un questionnaire détaillé comportant 75 questions totalisant 200 items.

Le questionnaire a fait l'objet, avant son administration :

- d'une recherche
- d'une consultation de professionnels,
- d'un pré-test auprès d'Agents de voyages (pour confirmer les terminologies)
- d'une validation définitive

Le Cabinet l'a mis au point au vu :

- des résultats de la précédente étude de 2008,
- des résultats des deux études (2007 et 2009) sur les Nouveaux comportements de la clientèle Loisir perçus par les Agents de voyages
- de nos 8 éditions du Baromètre annuel mené auprès des Français "Courts séjours, vacances, nouvelles tendances et e-tourisme",
- de notre veille informationnelle quotidienne analysant 50 sources d'informations
- de l'analyse de tout ce qui est publié par les professionnels en termes de projections

Nous avons élaboré un plan d'échantillonnage précis avec des routages par périodes. Le routage de l'invitation à répondre a été réalisé par :

- les organisations professionnelles représentatives (Snav, Cediv)
- tous les organes de presse,
- les partenaires de l'étude,
- l'Iftm-TopResa,
- nous-mêmes

La multiplicité de ces routages a permis de garantir la **représentativité des profils**.

Nous avons contrôlé individuellement les interviews réalisées et établi des quotas avant les traitements, par types de réseaux, par activité, par région, par taille de l'établissement.

La prise de parole a donc été qualifiée et quantifiée.

Le terrain s'est déroulé du **2 août au 20 septembre au soir**.

Les réponses aux questions ont bénéficié, selon les cas et dans la phase d'analyse :

- d'un tri à plat,
- de tris croisés par critères de signalétiques pertinents
- de tris croisés entre questions

Les questions "ouvertes" ont été analysées par un chargé d'étude spécialisé et codifiées, puis quantifiées, et présentées sous forme de graphiques.

Des graphiques PowerPoint de tous les résultats ont été élaborés.

L'étude est présentée via 185 slides séparés par thématiques (voir annexe)





Thèmes principaux abordés dans l'étude

Les Agents de voyages ont donné leur opinion sur les **thèmes suivants** qui étaient détaillés en questions précises "fermées" indiquant des tendances perçues à la hausse/ à la baisse, complétées par des questions "ouvertes" explicatives.

Plus de **70** libellés ont été créés auxquels correspondent plus de **200 items**.

Ont été mesurées les évolutions perçues dans les dix ans :

1. du **désir** de partir des Français & en **courts** et **longs** séjours
2. de la **durée** et de la **fréquence** de séjour des Français
3. du **budget** des Français pour leurs séjours
4. des **gammes** par prestations : hébergement, restauration, transports, activités de loisirs
5. de leur **fidélité** au lieu de séjour
6. du **délai de réservation**
7. des **contenus des séjours**
8. des **formules de séjours**
9. des **lieux de séjour**
10. des **thématiques** de séjours
11. des **hébergements**
12. des **types de transport**
13. des **destinations** : France, régions, Outre Mer
14. des **destinations à l'étranger**
15. des **critères de choix** d'une destination à l'étranger
16. des **distances**
17. des **garanties** demandées par les touristes
18. des **brochures papier**
19. des **achats en direct**
20. de l'impact du media **Internet**
21. de l'impact du **m-tourisme**
22. des **nouvelles technologies**
23. des **aspects environnementaux**
24. de la **France** en tant que **pays récepteur**
25. du **tourisme mondial**
26. du **nombre d'agences** de voyages et de leur **type**
27. du **Chiffre d'Affaires** & des **commissions** des agences de voyages
28. de la maîtrise de l'**environnement de travail**
29. de la **spécialisation** et des **moyens de production**
30. des **nouvelles activités** des agences de voyages en incoming & outgoing

*Cette étude permet ainsi de dresser un **panorama exhaustif de l'évolution de ce secteur, observé par ceux qui le côtoient au quotidien en tant que distributeurs mais aussi assembleurs de prestations.***

Les **tendances** émergentes représentent des **opportunités à saisir** par tous les professionnels du tourisme souscripteurs de cette étude en leur permettant de réfléchir posément à leurs offres.





Bon de commande de l'étude exclusive d'octobre 2010

(ne retourner que cette page ci)

Les évolutions du tourisme de Loisir dans les dix ans à venir vues par les Agents de voyages

M (prénom/ nom) :

Fonction :

Organisme :

Adresse précise :

Code Postal :

Ville

Téléphone :

E-mail professionnel personnel :

..... **commande** au **prix de lancement**, soit 3300 euros hors taxes moins une **remise de 30%**, soit à **2310** euros ht (2762,76 Ttc), l'étude complète "Les évolutions du tourisme de Loisir dans les dix ans à venir vues par les Agents de Voyages".

Cette étude est protégée par les droits d'auteur et de la propriété intellectuelle, non cessibles et indivisibles. Son utilisation est strictement réservée au personnel de l'organisme souscripteur, lui-même tenu au même engagement de non diffusion et de non communication des données à des tiers non souscripteurs - et ce sous quelque support que ce soit-

Le paiement s'effectue à fin de mois à réception de facture. Celle-ci est envoyée au format Pdf à l'adresse e-mail indiquée et à l'e-mail de la personne ayant passé commande.

L'étude, disponible, est livrée dans les 24 heures.

Fait à _____ **le** _____

Bon pour accord (signature accompagnée du tampon)

Bon de commande à renvoyer par télécopie au 01 47 04 02 28

