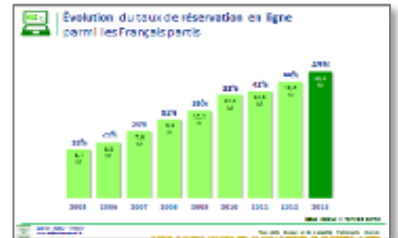


# Baromètre & Etudes Raffour 2018

Edités dans une clé USB

Cette édition 2018 contient :

➔ Le **Baromètre 2018** : "Courts séjours, Vacances, E-tourisme, M-Tourisme et Nouvelles tendances"



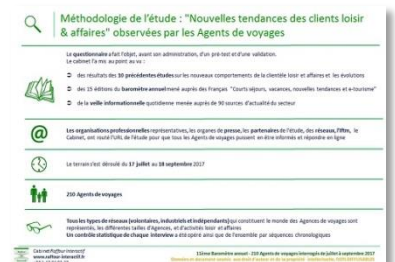
➔ Une Synthèse de **6 mois de veilles informationnelles**



➔ Une Synthèse sur le E-tourisme **rédigée par Guy Raffour**



➔ Des **extraits** du Baromètre Agents de Voyages



➔ Une synthèse sur le **RGPD dans le secteur du tourisme**, rédigée par Eric Barbry et Léa Paravano du Cabinet Racine



# 1. Baromètre 2018 : "Courts séjours, Vacances, E-tourisme, M-Tourisme et Nouvelles tendances"



Ce baromètre est présenté via 3 documents **PowerPoint** complets. Il analyse toutes les **tendances de consommation touristique de loisir des Français** selon leurs caractéristiques : âge, catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, composition du foyer, revenu mensuel net du foyer, lieu d'habitation.... Les données sont issues de l'analyse des résultats de notre étude qui comporte plus de 100 questions.



## CONTENUS DE L'ETUDE

Ces 3 documents PowerPoint contiennent :

- les **tris à plat** des différentes questions
- des **tris croisés** selon : **l'âge, la composition du foyer, la profession du chef de famille, le revenu mensuel net du foyer, le type d'agglomération**
- ces tris croisés permettent notamment d'établir différents profils de touristes, e-touristes, etc.

### ➔ **Contenus du PowerPoint n°1. Courts séjours, vacances & nouvelles tendances**

01. Partir en vacances est-il un **besoin vital** pour les Français ?
02. Taux de départ en **court séjour marchand**
03. Taux de départ en **long séjour marchand**
04. Taux de départ en **long séjour non marchand**
05. Taux de départ en **long séjour** (marchand ou non)
06. Les Français partis en **séjour marchand** (court et/ou long séjour marchand)
07. Comparaison des **périodes de vacances** selon le type de séjour réalisé
08. Le **taux de départ global** des Français
09. Différences entre les **Français partis & les Français non-partis** en 2017
10. Taux de départ selon la destination choisie : **France vs étranger**
11. Taux de départ en **France métropolitaine**
12. Taux de départ à **l'étranger ou DOM-TOM**
13. Les **formules recherchées** par les Français partis à l'étranger : **séjours tout inclus, circuits thématiques, sur mesure / à la carte, autotours, city breaks, sans formule**
14. L'**accompagnement** lors du principal long séjour marchand : départ seul, accompagné du **conjoint, des enfants, de membres de la famille, d'amis, de collègues de travail...**
15. Le **délai de préparation** du principal séjour marchand
16. Les **modes de réservation** des Français partis en séjour marchand : **en direct, auprès d'un TO, d'une agence de voyages physique, d'une agence de voyages en ligne, d'une plateforme d'hébergements, d'un OT/CDT/CRT, d'un Comité d'Entreprise, de particuliers** (directement ou via une plateforme)
17. L'attitude adoptée face aux **opérations promotionnelles**
18. Les **hébergements réservés** en 2017 par les Français partis en séjour marchand : **hôtels, résidences de tourisme ou villages de vacances, campings, gîtes ou chambres d'hôtes, locations à des particuliers, bateaux de croisière...**

➔ **Contenus du PowerPoint n°2. Critères de choix des destinations & budgets**

01. Le **critère prioritaire** de choix du séjour : le **thème** du séjour, la **destination**, le **profil** du touriste ou **l'inspiration** par les offres
02. Les **19 critères de choix de la destination** du principal séjour de vacances : **dépaysement, budget, accueil, patrimoine, bien-être etc.**
03. **Montant total dépensé** par foyer pour le principal long séjour marchand et par **personne**
04. **Rapport entre le montant total dépensé et le revenu** mensuel net du foyer (taux d'effort)
05. Les **types de destinations** choisies en longs séjours marchands : **mer / littoral, croisière maritime ou fluviale, lac, campagne, montagne été, montagne hiver, ville...**

➔ **Contenus du PowerPoint n°3. E-tourisme, M-tourisme & réseaux sociaux**

01. Le **taux d'internautes** en France
02. Les **modes d'accès** à Internet : via un téléphone portable, une tablette, un ordinateur à domicile, un ordinateur dans la famille, un ordinateur sur le lieu de travail ou d'études...
03. Les **e-touristes**
04. **Devices** utilisés par les e-touristes pour la consultation des **sites web liés au voyage : téléphone portable, tablette, ordinateur**
05. Le **sentiment d'expertise dans la préparation en ligne** des séjours de loisir
06. La **réservation en ligne des séjours** (tout ou partie du séjour)
07. Évolution du **taux de conversion** en ligne
08. Taux de conversion en ligne selon les caractéristiques des **e-touristes**
09. Les **types de réservations** effectuées en ligne : **forfaits tout compris, forfaits de croisière, billets de train, billets d'avion, autres transports, hébergements, activités de loisirs...**
10. Lecture des **avis** et des **commentaires en ligne**
11. Les **M-Touristes**
12. **L'impact des usages touristiques mobiles** sur l'organisation des séjours
13. Les **usages touristiques de l'internet mobile** : réservations d'**hébergements**, réservations de **transports**, réservations **d'activités**, **guides** touristiques, **recherche d'activités** sur place, consultations d'offres **promotionnelles**, **cartographie / plans**
14. La consultation des **réseaux sociaux** lors de la préparation du séjour
15. La **provenance des informations** consultées sur les réseaux sociaux : **prestataires privés, plateformes entre particuliers, destinations touristiques, associations ou fédérations, blogueurs indépendants, amis ou collègues, famille**
16. Les **contenus et services attendus sur les réseaux sociaux** : un module de **réservation**, des services **d'assistance**, des informations **pratiques**, des **idées** de destinations, des **actualités** festives et culturelles, des **photos**, diaporamas, vidéos, des articles de **spécialistes**, des **offres** spéciales, des **jeux concours**
17. **Partage de photos, vidéos ou commentaires** sur internet par les e-touristes



## METHODOLOGIE DE L'ETUDE BAROMETRE 2018

Le questionnaire a été mis au point après des réunions qualitatives avec des touristes, en analysant les principales tendances issues de notre veille informationnelle et en tenant compte des résultats des précédents baromètres (celui de 2018 est le 16<sup>ème</sup>)

Le terrain a été mené par des enquêteurs professionnels pendant les mois de janvier et février 2018 auprès de 1000 Français représentatifs 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 mesuré auprès des Français des faits qui se sont déroulés, ou des comportements qu'ils adoptent pour cette année 2018.

Les résultats (traitements, analyses, graphiques) sont analysés de mars à juin 2018 par un chargé d'études et un ingénieur statisticien.

## 2. Documents & études liés aux thématiques des nouvelles tendances et du tourisme en ligne

### ➤ Un rapport de synthèse de 6 mois de veilles informationnelles de janvier à juin 2018 sur les Nouvelles tendances

Ce rapport est établi à partir des bilans de l'actualité du secteur que le Cabinet produit mensuellement.

Près de 90 sources d'information sont consultées par un chargé d'études qui y consacre un temps de travail quotidien.

Les données analysées sont classées par thèmes pertinents.

### ➤ Une synthèse sur les enjeux et l'impact du e-tourisme en 2018

### ➤ Des extraits de l'étude "Les nouvelles tendances de la clientèle loisir et affaires perçues par les Agents de voyages"

210 Agents de voyages interrogés (octobre 2017)

Thèmes abordés dans cet extrait de l'étude :

1. Les **formules** les plus demandées **pour les séjours à l'étranger** : all inclusive, villages club, sur-mesure, city break...
2. Les **types d'offres** que les fournisseurs doivent développer davantage : early booking, last minute, offres avec des garanties...
3. Les **profils de clientèles** à privilégier pour des offres spécifiques : jeunes sans les parents, célibataires, familles avec enfants...
4. Les **types de brochures** jugées les plus adaptées aux nouvelles demandes des clients loisir : brochures dédiées aux destinations, aux activités...
5. Les **sujets abordés** en priorité avec les clients loisir en agences de voyages : durée du séjour, type de formule, type d'hébergement...
6. Les **activités à développer** pour la clientèle loisir : billetterie train, billetterie aérienne, location de voitures, croisières...

### ➤ Une synthèse sur le RGPD dans le secteur du tourisme, rédigée par Eric Barbry et Léa Paravano du Cabinet Racine



**Bon de commande de la clé USB "Baromètre & Etudes Raffour 2018"  
contenant le Baromètre Tourisme & E-tourisme  
et des documents & analyses sur les nouvelles tendances touristiques**

Cette clé USB comprend :

- Notre étude Baromètre 2018 complète "**Courts séjours Marchands, Vacances, E-tourisme, M-Tourisme et Nouvelles tendances**"
- Une synthèse de 6 mois de veilles informationnelles, une synthèse sur le e-tourisme rédigée par Guy Raffour, des extraits du baromètre Agents de Voyages, une synthèse sur le RGPD dans le secteur du tourisme, rédigée par Eric Barbry et Léa Paravano du Cabinet Racine

**Je commande la clé USB "Baromètre & Etudes Raffour 2018" au tarif de 550 € ht soit 660 € ttc <sup>(1)</sup>**  
La clé USB me sera livrée par lettre recommandée

**N'imprimez que cette page de Bon de Commande**, complétez-la et retournez-la :

- **par courrier avec le règlement par chèque à Raffour Interactif**  
**51, rue des Belles Feuilles 75116 Paris, France**
- **ou**, si une facture préalable est demandée ou si vous payez par virement, par **télécopie** au 33 (0)1 47 04 02 28 ou par Pièce Jointe scannée d'un e-mail à l'adresse [etudes.raffour@orange.fr](mailto:etudes.raffour@orange.fr) **Ne faxez ou n'envoyez par mail que cette page**  
Assurez-vous de la bonne réception de la télécopie en envoyant en parallèle un **e-mail** avec accusé de lecture à la boîte : [etudes.raffour@orange.fr](mailto:etudes.raffour@orange.fr)

**Merci de remplir le plus lisiblement possible tous ces champs obligatoires au stylo noir et en lettres majuscules**

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>

Fait à

le

**TAMPON et SIGNATURE**

<sup>(1)</sup> TVA à 20% 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> **Conditions générales de vente auxquelles adhère le souscripteur**

*Raffour Interactif* conserve l'intégralité des droits d'auteur et de la propriété intellectuelle attachés à ces études et travaux. Aucune contenu ne **doit être diffusé à des tiers non souscripteurs et les informations contenues ne doivent pas être communiquées et ce sous quelque support que ce soit**. Leur consultation est réservée à l'organisme souscripteur pour son propre usage **interne**. Toute reproduction ou diffusion non autorisée entraînera le cas échéant des poursuites.

