Le Monde Dossiers & Documents

N° et date de parution : 419 - 01/05/2012
Diffusion : 4999
Périodicité : Mensuel
MondeDos_419_4_305.pdf
Site Web : -

Page : 4
Taille : 90 %
545 cm2

Press Index

Vacances.net, .com, .fr, .it... « Go ! »

TOURISME Trouver une location, un gîte, un hôtel pour cet été, ou partir en voyage « last minute », sans choisir vraiment sa destination mais « pas cher » : Internet a complètement modifié notre rapport aux vacances

Ils interrogent, comparent, convertissent en euros ou en dollars, donnent leur avis, échangent des conseils sur Internet... les Français n'ont jamais été aussi nombreux à préparer leurs vacances en ligne. Pus d'un internaute sur deux achète des voyages en ligne.

En 2011, 17,2 millions de Français âgés de 15 ans et plus ont préparé leur séjour sur Internet (soit 58 % des Français partis en vacances), selon le baromètre Opodo 2012 réalisé par le cabinet d'études et de conseil Raffour interactif, en janvier et février 2012. Et 12,5 millions ont réservé tout ou partie de leur séjour en ligne, contre 5,7 millions en 2005 et 2,6 millions en 2003 –, une croissance exponentielle. En un an, les ventes de voyages en ligne en France ont progressé de 12 % et représentaient, fin 2011, 35 % de l'activité globale, selon PhoCusWright.

Les avis des touristes font partie intégrante de l'information touristique

Et tout porte à croire que ce mouvement devrait se poursuivre avec le développement de l'accès à Internet via les tablettes, les smartphones et autres téléphones intelligents. *« Les mobinautes sont de plus en plus nombreux à réserver via leur mobile »*, déclare Jérôme Laurent, directeur marketing d'Opodo France, dont les ventes de ce type représentent plus de 5 % de leur activité.

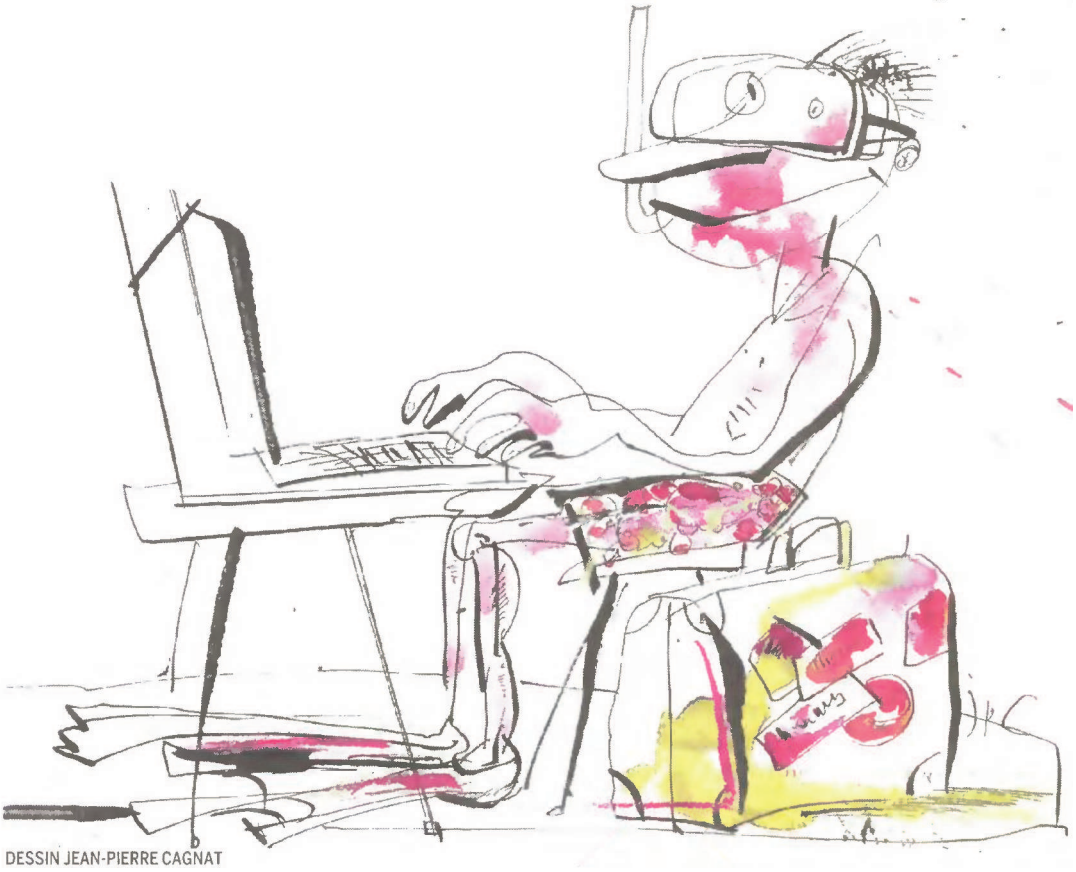
D'ici trois à cinq ans, la majorité du trafic du Web devrait passer par le mobile. Que ce soit pour trouver un itinéraire, des restaurants ou des sites à visiter à proximité, des informations sur un monument.

Parmi les sites d'achat les plus fréquentés : Voyages-sncf.com pour les billets de train, Airfrance.fr pour le transport (hors train), Accorhotels.com pour l'hôtellerie, Gites-de-france.com pour les séjours en France, Easyjet.com et Lastminute.com pour les séjours à l'étranger et Hertz.fr pour la location de voitures, selon la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad).

Les voyages arrivent en tête des différentes catégories de produits et de services achetés en ligne. *« Parmi les prestations de voyage en ligne, les internautes privilégient le transport. Ils sont un sur trois à acheter des billets de train et près d'un sur quatre à réserver d'autres titres de transport,* rappelle Marc Lolivier, délégué général de la Fevad. *Près d'un internaute sur trois va également effectuer des réservations d'hôtellerie et d'hébergement en ligne. »*

Tout cela en s'affranchissant du temps, de l'espace et de la distance, *« les fondements même de l'interactivité, rappelle M. Raffour »*.

On peut désormais :
– télécharger des documentations électroniques, découvrir un site grâce aux webcams, suivre son itinéraire sur des cartes interactives...,
– écouter des sons et des commentaires,
– réserver dans un hôtel ou un



DESSIN JEAN-PIERRE CAGNAT

Copyright (Le Monde Dossiers et Documents)
Reproduction interdite sans autorisation

Le Monde Dossiers & Documents

N° et date de parution : 419 - 01/05/2012
Diffusion : 4999
Périodicité : Mensuel
MondeDos_419_4_305.pdf
Site Web : -

Page : 4
Taille : 90 %
545 cm2

Press Index

paquebot avec des caractéristiques précises,

– suivre l'enneigement d'une station de ski, connaître la météo avec des mails d'alerte... sans se déplacer.

« L'e-touriste est devenu très expert, et ce phénomène ne fera que s'accentuer », prédit M. Raffour. Avec des clients plus opportunistes, moins fidèles, qui traquent les bonnes affaires à travers les ventes flash, les ventes privées et les achats de dernière minute, le prix reste un, voire « le », critère déterminant : 50 % des internautes déclarent avoir privilégié Internet car les prix y étaient plus avantageux, selon l'étude « e-tourisme : chiffres, clés, stratégie des acteurs et attentes des consommateurs », réalisée par CCM Benchmarck.

Les compagnies aériennes low cost ont fait d'Internet leur seul réseau de vente et plusieurs agences de voyages font le pari de la vente en ligne.

« Le marché du voyage est en train de bouger, explique Geoffroy de Becdelièvre, créateur de Planetveo.com, spécialiste du voyage haut de gamme sur mesure sur le Net. *Le marché du e-tourisme explose avec un volume d'affaires français qui est passé de 0,5 milliard en 2001 à plus de 10 milliards en 2011, alors que le marché du voyage en vente traditionnelle stagne, voire régresse. »*

Des touristes et consommateurs de loisirs plus exigeants car surinformés qui accèdent à des systèmes d'information auparavant réservés aux seuls professionnels, mais aussi à toutes les informations des sites institutionnels, des sites non marchands associatifs et à toute la production du web 2.0.

Sans oublier les avis, photos, vidéos des e-touristes quand ils reviennent de voyage. Preuve de ce succès : plus de 7 millions de touristes ont mis en ligne leurs souvenirs en 2010. Les avis des touristes font donc désormais partie intégrante de l'information touristique. Reste ensuite à faire le tri en essayant de détecter les « faux avis ».

Après la mise en accusation par la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) de huit acteurs du Web pour avoir publié des faux avis de consommateurs, l'Association française de normalisation (Afnor) devrait publier fin 2012, une norme permettant de vérifier l'authenticité des avis postés sur les sites marchands. ■

Martine Picouët

Le guide Michelin toujours plus interactif

On connaît déjà le site Viamichelin.com, qui calcule, d'un clic, votre itinéraire routier, son coût, indique l'emplacement des radars fixes, fournit les restaurants et hôtels possibles aux étapes où sur le lieu de séjour... A cela le Guide rouge ajoute une évolution : l'ouverture de son site gratuit Internet Michelin restaurants, sur lequel les restaurateurs pourront faire leur promotion (photos, cartes) moyennant un abonnement de 69 euros par mois. Les internautes seront aussi invités à donner leur avis sur les chefs. Une révolution.

Copyright (Le Monde Dossiers et Documents)
Reproduction interdite sans autorisation