

tourism talks

N°18

POWERED BY **ieft**

■ RESTONS CONNECTÉS. IDÉES, INNOVATIONS, ACTUALITÉS ■

À LA UNE

LA CÉLÈBRE PLATEFORME DE MARKETING D'INFLUENCE TRAACKR VIENT DE PUBLIER SON RAPPORT ANNUEL PRÉSENTANT LES DERNIÈRES TENDANCES TOURISTIQUES SUR LES DIFFÉRENTS RÉSEAUX SOCIAUX. CETTE ANALYSE, QUI S'ADRESSE PRINCIPALEMENT AUX PROFESSIONNELS, LEUR PERMET D'ORIENTER LEURS STRATÉGIES MARKETING EN MATIÈRE DE VOYAGES, DE TRANSPORT, D'HÉBERGEMENT ET DE PLATEFORMES DE RÉSERVATION EN LIGNE (OTA).

LES DERNIÈRES TENDANCES DU VOYAGE PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX



LES VOYAGES EN FAMILLE SONT LES PLUS MENTIONNÉS PAR LES INFLUENCEURS

Dans un contexte de croissance du tourisme européen en 2019, le baromètre IPSOS indique que 69 % des Français prévoient de voyager cet été. Cette moyenne place la France sur le podium des intentions de voyage, juste derrière l'Allemagne (70%). Évidemment, l'augmentation du budget de vacance ne pèse pas seulement sur les perspectives de déplacement des vacanciers de l'Hexagone. En effet, lorsqu'on leur demande ce qu'ils feraient si on doublait leur enveloppe budgétaire, 35 % des répondants disent qu'ils voyageront plus souvent, 25 % disent qu'ils voudront faire un plus long voyage et 16 % qu'ils préféreraient explorer de nouvelles destinations. Les conclusions de l'étude IPSOS intéresseront sans aucun doute les professionnels nationaux du tourisme. En effet, même avec un budget plus important, la destination préférée de 56% des Français reste la France même ! Viennent ensuite l'Espagne (16%), l'Italie (10%) et le Portugal (7%).

Le dernier baromètre de Traackr s'appuie sur une analyse des contenus publiés par 5 782 influenceurs basés en Amérique du Nord et en Europe, sur les différents réseaux sociaux du 1er janvier 2018 au 31 décembre de la même année. Tout d'abord, il en ressort que les voyages en famille sont à la hausse. En effet, les hashtags « Family Trip » et « Family Time » sont apparus respectivement 4,9 et 43,2 millions de fois. Les voyages culturels et en solo gagnent également du terrain. En effet, ces deux mentions sont celles qui ont généré le plus d'engagement, avec respectivement 660 753 et 660 190 interac-

tions. Cette tendance est plus marquée en France, qui occupe la première place dans l'engagement généré par les voyages individuels des influenceurs. Cette même étude nous confirme que :

- > Le Club Med est la chaîne hôtelière la plus engageante (1,72M) ;
- > TripAdvisor, Expedia et Travelocity sont les plateformes de voyages les plus mentionnées par les influenceurs sur les réseaux sociaux ;
- > Airbnb est la plateforme d'hébergement en ligne la plus citée par les influenceurs (20K), et celle qui a provoqué le plus d'engagement (4,14M).

L'IMPORTANCE DE LA GÉOLOCALISATION

Dans son rapport, Traackr a souligné l'importance du géo-tag qui facilite la localisation des marques de voyages sur les plateformes sociales. Cette technique nous apprend qu'en termes d'hébergement, le Ritz-Carlton est la chaîne hôtelière la plus citée par les influenceurs (5,52K), suivi par Conrad et Sofitel. Par ailleurs, Air France est la compagnie aérienne la plus populaire sur le web avec un taux d'engagement estimé à 39,70 %. De l'autre côté de l'Atlantique, American Airlines reste la filiale la plus citée par les influenceurs.

Par son diagnostic, Traackr ne fait que confirmer l'influence des réseaux sociaux sur le comportement des voyageurs et sur l'industrie touristique dans son ensemble. D'où l'importance pour les futurs cadres en la matière de suivre des formations de qualité, combinant des compétences en tourisme et en marketing numérique ■

LE BUDGET DES FRANÇAIS POUR L'ÉTÉ AU PLUS HAUT DEPUIS 8 ANS



Le 4 juin dernier, Europe Assistance a publié les résultats de son baromètre annuel IPSOS, qui porte sur les habitudes estivales dans plusieurs pays. Selon cette étude, le budget annuel moyen de déplacement des ménages français a augmenté de 10% par rapport à l'année précédente, atteignant 2 201 euros, soit 8,26% de plus que la moyenne européenne (2 019 euros). Une autre analyse de Protourism confirme que cette augmentation est la plus importante de ces huit dernières années ! Ces progrès auront-ils un impact sur les habitudes de vacances en France ? C'est ce que nous allons découvrir.

56% Des français souhaitent continuer à voyager en France même

Dans un contexte de croissance du tourisme européen en 2019, le baromètre IPSOS indique que 69 % des Français prévoient de voyager cet été. Cette moyenne place la France sur le podium des intentions de voyage, juste derrière l'Allemagne (70%). Évidemment, l'augmentation du budget de vacance ne pèse pas seulement sur les perspectives de déplacement des vacanciers de l'Hexagone. En effet, lorsqu'on leur demande ce qu'ils feraient si on doublait leur enveloppe budgétaire, 35 % des répondants disent qu'ils voyageront plus souvent, 25 % disent qu'ils voudront faire un plus long voyage et 16 % qu'ils préféreraient explorer de nouvelles destinations. Les conclusions de l'étude IPSOS intéresseront sans aucun doute les professionnels nationaux du tourisme. En effet, même avec un budget plus important, la destination préférée de 56% des Français reste la France même ! Viennent ensuite l'Espagne (16%), l'Italie (10%) et le Portugal (7%).

Un budget en hausse, mais toujours pas suffisant !

Les Français ont besoin de 991 euros de plus pour passer de bonnes vacances. C'est le premier fait significatif qui ressort d'une analyse réalisée par le service de transfert de fonds britannique Monese. Selon ce rapport, 46 % des personnes interrogées en France déplorent les frais de retrait d'espèces, 39 % les frais de paiement par carte et 19 % souhaiteraient être exemptés des pourboires et autres commissions sur prestations. Parmi les autres faits saillants, citons la désapprobation de 32 % d'entre eux à l'égard du paiement des transports en commun pendant leur séjour, 65 % ont dit qu'ils se sont déjà retrouvés à court d'argent lors d'un séjour et 40 % d'entre eux ont dû emprunter à leur famille ou à leurs amis avant de rentrer chez eux.

Les indicateurs révélés par les différentes analyses citées dans cet article montrent que malgré la bonne santé du tourisme en France, beaucoup reste à faire pour encourager le tourisme national et permettre aux ménages de mieux voyager dans leur pays ■

L'ÉCOLE

LA RENTRÉE 2019 BY IEFT



Antoinette Martin-Lise, directrice de l'IEFT



Karine GAUDINET GUERIN, Odile LAIRET d'UCPA, Marie-Charlotte DELEUZE d'Huttopia et Antoinette Martin-Lise

La rentrée est toujours un moment particulier pour les étudiants : nouveau rythme, nouvel environnement et surtout de nouvelles rencontres et découvertes.

Un programme riche encore cette année pour les étudiants : conférences sectorielles, témoignages de professionnelles et rencontres avec des entreprises Club MED, HUTTOPIA et UCPA.

L'IEFT accueille depuis plusieurs années plus de 200 étudiants de tout horizon. La semaine de rentrée permet de se familiariser avec les spécificités du secteur, de se projeter et d'envisager diverses perspectives professionnelles. Ils sont novices pour la plupart et il est important de commencer l'année par séminaires introduisant le secteur mais aussi les perspectives professionnelles à venir.

LES FRANÇAIS SÉDUITS PAR LE TOURISME ÉCO-RESPONSABLE



Joindre l'écologique à l'agréable, c'est ce que veulent les voyageurs Français. Le tourisme responsable pèse de plus en plus dans le choix de destination pour les vacances. Entre le respect de l'environnement et la promotion de l'économie locale, en 2019, 73% des voyageurs internationaux interrogés par Booking.com auraient l'intention de séjourner au moins une fois dans un hébergement éco-responsable.

Les hébergements écologiques gagnent en notoriété

Booking.com a dévoilé le 22 avril 2019 les conclusions de son rapport annuel sur l'écotourisme à l'occasion de la Journée de la Terre. Au niveau international, 55% des touristes expriment leur volonté d'être plus respectueux de l'environnement pendant leurs vacances. De plus, « 72 % des voyageurs considèrent qu'une action immédiate est indispensable, et que les populations devraient opter pour des alternatives touristiques durables, afin de sauver la planète pour les générations futures » dévoile la même étude.

Côté français, « 76% des Français souhaitent que des solutions durables soient mises en place rapidement » afin de favoriser le tourisme durable. Les études réalisées par Booking.com montrent également qu'en 2019, 73 % des voyageurs internationaux ont l'intention de séjourner au moins une fois dans un hébergement écologique. En effet, ce pourcentage est en progression pour la 4e année consécutive : il était de 62 % en 2016, de 65 % en 2017 et de 68 % en 2018.

Ainsi, 70 % des sondés affirment que la mention « éco-responsable » pourrait les encourager à réserver un hébergement, même s'il ne s'agit pas d'un critère très recherché sur la plateforme. Par ailleurs, 72% des voyageurs internationaux affirment qu'ils ignorent l'existence des labels décernés aux hébergements respectueux de l'environnement. Certains parmi eux (37%) vont même plus loin en assurant que l'identification de ce type d'hébergements à travers la mise en place d'une norme internationale les aiderait à voyager de façon plus respectueuse de l'environnement.

Le tourisme responsable : un chemin semé d'embûches

L'enquête de Booking.com souligne aussi les barrières auxquelles les voyageurs font face lorsqu'ils souhaitent adopter des alternatives écologiques. En France, l'aspect financier serait un obstacle pour 49% des Français qui assurent ne pas avoir les moyens de payer les frais supplémentaires associés aux voyages écologiques.

D'autres obstacles viennent s'opposer à la volonté des voyageurs de mettre en action leur intérêt pour l'écologie comme le manque d'offres raisonnables pour être écolo tout en profitant de ses vacances. Pour 71% des sondés, les agences de voyage ont aussi leur part de responsabilité, puisqu'elles devraient proposer aux voyageurs plus d'options de voyages écologiques ■

ACTUS



L'IMPACT DU E-TOURISME SUR L'INDUSTRIE DU VOYAGE EN FRANCE

L'e-tourisme français devrait peser 48,5 milliards d'euros en 2021

Les Français savent qu'ils n'ont plus besoin de se rendre dans les locaux d'une agence de voyage pour planifier leurs séjours. En effet, selon l'infographie réalisée par l'agence Brioude Internet, le nombre de réservations en ligne a augmenté de 9% en 2018, les requêtes de voyage sur Google ont connu une hausse de 6%, tandis que les recherches de voyage via des terminaux mobiles ont enregistré un bond de 18 points. En outre, 83% des milléniaux se sont renseignés sur une destination sur terminal mobile, tandis que 31% y ont directement « booké » un hébergement.

Une autre analyse de 34 pages publiée par le cabinet américain Phocuswright, intitulée « French Online Travel Overview Twelfth Edition », indique que le chiffre d'affaires global issu des ventes de voyages devrait passer de 43,6 milliards d'euros en 2017 à 48,5 milliards d'euros à l'horizon 2021. Par ailleurs, le taux de pénétration en ligne devrait également être revu à la hausse, pour atteindre 47% en 2021, contre 43% quatre ans plus tôt.

Quelques chiffres à retenir

L'émergence de l'e-tourisme en France et dans le monde a fait l'objet de plusieurs analyses récentes, dont on vous fait la synthèse :

- > 49% des touristes ont consulté une vidéo en ligne, avant d'effectuer une réservation (Source : Google) ;
- > 8 Français sur 10 préfèrent que les structures d'e-tourisme les encadrent dès la préparation du voyage, mais aussi pendant leur séjour et jusqu'à leur retour (Source : Oui.SNCF) ;
- > 80% des Français espèrent une meilleure personnalisation de l'offre, en fonction de leurs préférences et de leur mode de déplacement (Source : Oui.SNCF) ;
- > 88 % des voyageurs apprécient la possibilité de consulter l'ensemble de leurs contenus favoris via une même application (Source : Travelport) ;
- > 64% des internautes réservent en ligne dès la première visite d'un site d'hôtel ;
- > 70% des milléniaux souhaitent que les sites e-tourismes soient simples d'utilisation.

Ce rapprochement entre le tourisme et le digital montre combien il est important pour les futurs cadres du secteur de bien cerner les enjeux du voyage dans leurs aspects numériques. C'est pourquoi IEFT propose des formations à la pointe pour les professionnels du tourisme de demain ■

Grâce à l'e-tourisme, l'industrie du voyage a connu d'énormes changements. En effet, en étant désormais axé sur la technologie, les solutions en ligne ont rendu la vie plus pratique et plus confortable pour les voyageurs, qui peuvent désormais planifier leurs vacances dans le confort de leur foyer ou de leur bureau. Pour les entreprises du secteur, cette numérisation est synonyme d'une plus grande réactivité aux besoins du marché, car elle leur permet de proposer à leurs clients des offres diversifiées qui correspondent plus à leurs attentes. Pour mieux mesurer l'impact du tourisme 2.0 en France et dans le monde, IEFT vous dévoile les chiffres clés à retenir.

LYON

Institut Européen de Formation au Tourisme
47, rue Sergent Michel-Berthet CP 608
69258 LYON Cedex 09
Tél : 00 33 (0)4 72 85 17 40
infolyon@iefttourisme.com

PARIS

Institut Européen de Formation au Tourisme
7-11, avenue des Chasseurs
75017 PARIS
Tél. 00 33 (0)1 43 70 39 32
infoparis@iefttourisme.com

BREST

Brest open campus
475, rue Joséphine Pencalet
29200 Brest
Tél : 00 33 (0)2 98 49 22 99
contact@brest-open-campus.com