

**Bon de commande - Package d'études & veilles & conférence 2019****Nouvelles tendances de consommation touristique & tourisme en ligne**

Voici les prestations dont bénéficie le client pour **5500 euros ht** (soit une remise de 60% sur celles-ci)

a) **Baromètre annuel 2019 "Courts séjours, vacances, nouvelles tendances et e-tourisme"**

- ✓ Ce Baromètre annuel établit le **Bilan de l'année touristique 2018, l'impact du tourisme en ligne et les critères de choix des Français pour leur destination en 2019**
- ✓ Sa mise au point, son suivi et son analyse représentent **7 mois de travail**
- ✓ Il est livré sous un **Excel interactif de tris croisés** (voir ci-après), préprogrammés
- ✓ Cet Excel interactif est complété par une présentation en synthèses graphiques **PowerPoint**

Méthodologie : 1000 Français **représentatifs** de la population des **15 ans et +**, par l'application de la méthode des **quotas** : sexe + âge + région + CSP + taille de la commune.

Les Français ont été interrogés par téléphone par des **enquêteurs professionnels** en **janvier & février 2019**

Voici les **thèmes** abordés dans le Baromètre 2019 :

Taux de départ des Français

- **taux de départ en court séjour marchand**, et détail par **périodes de vacances scolaires** : février, Pâques, été, Toussaint, Noël, hors vacances scolaires
- **taux de départ en long séjour marchand ou non marchand** et détail par **périodes scolaires** pour les 2

Préparation & réservation

- les **modes de réservation** : en **direct** auprès des prestataires, auprès de **particuliers**, via des **TO**, ou **Agences de voyages physiques/ ou en ligne**, **Offices de Tourisme-CDT-CRT**, **Comités d'Entreprise**
- les **hébergements réservés** : **hôtels, résidences de vacances, gîtes, campings, bateaux, " location entre particuliers" ...**

Types de destinations & Formules

- les **types de destinations** choisies pour les longs séjours payants : **mer / croisière / lac / campagne/ montagne été / montagne hiver / ville**
- **taux de départ** des Français partis en **France & à l'étranger & Dom-Tom** pour les **3 types** de séjours : **court marchand, long marchand, long non marchand**
- les **formules** les plus recherchées pour l'étranger : **all inclusive, circuits, autotours, citybreak, sur mesure**

Internautes & e-tourisme

- **taux et profils des internautes français selon leurs modes de connexion** : domicile, lieu de travail, école, famille, cybercafé, bibliothèque, gares/ aéroports... / via un **smartphone, une tablette, un PC...**
- **taux de français partis qui ont consulté internet dans le cadre de leurs séjours de loisir...**
- ... sur quels **supports** pour le **e-tourisme** : **ordinateur / tablette et/ou smartphone** (= m-touristes)
- combien de Français / et leurs profils / ont **préparé** leurs séjours **en ligne**
- combien de Français /et leurs profils / ont **réservé** leurs séjours **en ligne**
- quelles **prestations** ont-ils **réservées en ligne** : **forfait / croisière / billet de train / billet d'avion / autres transports / hébergement / activités sur place...**



Raffour Interactif ■ **Cabinet d'études marketing** ■ **Spécialisé tourisme** ■

■ RCS Paris B ■ Siret 352 142 459 ■ APE 7023Z ■

■ n° de tva intracommunautaire : FR 0135214245900010 ■

■ 51, rue des Belles-Feuilles 75 116 Paris ■ Tél : 33 1 47 04 02 27 ■ Fax : 33 1 47 04 02 28 ■

■ <http://www.raffour-interactif.fr> ■ raffour.guy@orange.fr ■



M-tourisme

- ➔ les **usages touristiques** mobiles jugés les plus **utiles** : réserver un **hébergement**, un **transport**, louer un **véhicule**, réserver des **activités** de loisirs, consulter des **guides/plans**, recevoir des **notifications** (réductions, informations) en temps réel sur les activités, la météo...

Avis en ligne, partage & réseaux sociaux

- ➔ les e-touristes consultent-ils des **avis en ligne**... en sont-ils **influencés**
- ➔ **contribuent-ils** en déposant des avis, commentaires, vidéos sur internet
- ➔ consultent-ils les **réseaux sociaux**...
- ➔ ... de qui émanent les **informations consultées**: **prestataires privés, plateforme entre particuliers, destinations, associations, blogueurs, amis/ collègues**...

Perspectives 2019

- ➔ le **Besoin vital de partir**
- ➔ **1^{er} critère** choisi prioritairement entre : **thème du séjour, destination**, offres par **profils, inspiration**
- ➔ les **19 critères de choix** des destinations avec leurs **profils** associés : **paysages, dépaysement, patrimoine, culture, ambiance, nature, sport, farniente, gastronomie, bien-être, accueil, variété des possibilités sur place, climat, durée du trajet, transports sur place, qualité des hébergements, sécurité, budget, respect de l'environnement**
- ➔ pour leurs **prochaines vacances d'été 2019** : combien de Français pensent retourner au **même endroit**
- ➔ dans quelles **destinations à l'étranger** pensent-ils se rendre dans les 24 mois : **Europe du Sud, de l'Ouest, du Nord, Orientale ; Afrique du Nord, Centrale et du Sud ; Moyen Orient ; Asie ; Océanie ; Amérique du Nord, Centrale, du sud, Caraïbes**

Dans l'Excel interactif livré, ces résultats sont croisés par le signalétique des Français et par les questions entre elles :

Age / Sexe / CSP du chef de famille / Zone géographique / Composition du foyer (célibataire, couple, enfants...) / Français partis (au moins un type de séjour) / Français partis en Long Séjour / Français partis en Long Séjour Marchand / Français partis en Long Séjour Non Marchand / Français partis à l'étranger et/ou Dom-Tom / Français partis en France / Partis en Séjour Marchand (court OU long) / Délai de préparation du principal Séjour Marchand / Français ayant effectué des réservations en direct (prestataires professionnels) / Français ayant effectué des réservations intermédiées (prestataires pros) / Internautes / Connexion via un ordinateur (fixe ou portable) / Connexion via Smartphone ou tablette / Ont préparé leurs séjours sur Internet / Ont consulté les réseaux sociaux pour préparer leurs séjours / Ont réservé leurs séjours sur Internet / Lisent les avis en ligne / Ont mis en ligne des souvenirs de séjours, ou intéressés

b) 6 mois de nos rapports de veille informationnelle sectorielle

Cette veille **mensuelle** est livrée de **janvier à juin 2019**. **90 sources** sont analysées quotidiennement par un chargé d'études pour en extraire des données pertinentes reprises dans un **rapport** Word mensuel accompagné **d'annexes** téléchargeables.

Voici les **thématiques mensuelles selon l'actualité analysée** :

Environnement économique et social / Tendances de Consommation / Etudes comportementales / Destinations / Institutionnels / Outre-mer / Tendances hiver - été / TO / Croisières / Réseaux et Agences de voyages / GDS / Réceptifs / Hôtellerie & Hôtellerie de plein-air / Gîtes & Chambres d'hôtes / Nouvelles idées hôtellerie / Location saisonnière / Villages-clubs / Restauration / Aérien / Aéroports / Compagnies aériennes / Low cost / Ferroviaire / Ferries/ Location de voitures/ Autocaristes / Assurances / Guides touristiques / Voyages d'affaires / Tourisme d'affaires / E-Tourisme Loisir/ Ventes Privées / Startups / Moteurs de recherche / Comparateurs / Tourisme 2.0 / Réseaux sociaux / E-Réputation / Economie collaborative / M-Tourisme / Mobilité / E-Commerce / E-Pub / E-Marketing / Nouvelles Technologies / Réglementation...





c) Bilan 2018 des données des acteurs

Ce Bilan 2018 est établi sur la base des données réelles de tous les acteurs qui en ont communiquées. Elles sont classées par thèmes : transports, aéroports, destination France, réceptifs de loisir, principales destinations étrangères, hébergement, croisières, cars, bilans Entreprises du voyages / Atout France et Seto, réseaux d'agences et Tour opérateurs, e-tourisme, tendances macro-économiques

d) La Clef Usb annuelle 2019

Elle comprend des travaux dédiés aux Nouvelles tendances et au tourisme en ligne, une synthèse de veille des nouvelles tendances, une synthèse e-tourisme, un Mémoire juridique E-tourisme...

e) 3 places pour la conférence annuelle du 12 juin 2019

Cette conférence réunit des décideurs professionnels du secteur. Elle est propice à des échanges très fructueux entre participants, mais aussi à une optimisation de ses connaissances de par la qualité des différents intervenants. Guy Raffour présente trois synthèses du Baromètre annuel, une sur la partie "tourisme", une sur les critères de choix des destinations, une sur la partie tourisme "en ligne"

f) Un plan de communication lié à la conférence annuelle du mercredi 12 juin 2019 *(si souhaité)*

- ⇒ **intervention** individuelle de 20 minutes devant les décideurs **professionnels**
- ⇒ **citation** de l'intervenant dans le programme de la conférence : nom & fonction & Bio & thème abordé.
Programme envoyé à plus de **100 000** professionnels par mail
Le routage est organisé par les fédérations et associations professionnelles, par achat d'abonnés Presse et sur le fichier de contacts du Cabinet
- ⇒ envoi d'un **Dossier de Presse** à toute la **presse professionnelle** et **grand-public** : plus de **500** journalistes, regroupant les communiqués des intervenants
- ⇒ placement d'un PowerPoint de l'intervenant dans la **clef Usb** des participants
- ⇒ possibilité de délivrer des documentations aux participants le jour de la conférence
- ⇒ **citation** continue des intervenants par Guy Raffour

=====

Fait à Paris, le 11 février 2019

Guy Raffour, Président Raffour Interactif

Bon pour accord, pour un montant de **5500** euros hors taxes, Le Client (signature accompagnée du tampon)

A renvoyer en PJ scannée par mail à raffour.guy@orange.fr ou par télécopie au 33 1 47 04 02 28

* Conditions de règlement : 100% à la commande à 30 jours à réception de facture

* **Tous ces travaux sont réservés à l'organisme signataire, à usage interne, sans aucune diffusion à des tiers**

