

# LE SECTEUR DU VOYAGE

## Contexte

4 profils de voyageurs ont émergé en 2022<sup>1</sup>

1

Les digital nomades

2

Les voyageurs bien-être

3

Les voyageurs jet-set

4

Les voyageurs éco-responsables

**38%** des Français ont eu un projet de voyage, tourisme au cours des 6 derniers mois.

**32%** des réservations ont été faites moins de deux semaines à l'avance.<sup>2</sup>

## Les lieux de voyage<sup>2</sup>

**73%** intéressés

en France et DOM-TOM

**60%** intéressés

à l'étranger



## Les méthodes de réservation<sup>2</sup>

**69%** par eux même

**20%** vont chez des proches ou en résidence secondaire

**11%** agence de voyage ou en ligne

## Les méthodes de recherches<sup>1</sup>

**16%** des français sont sensibles aux recommandations de leurs proches dans le choix d'une destination

**10%** sont inspirés par requête en ligne via des moteurs de recherche

**7.4%** sont inspirés par les site des offices de tourisme

**86%** des projets voyage, tourisme génèrent des échanges avec les proches :

**63%** au sein du foyer

**30%** avec d'autres membres de l'entourage

**47%** des consommateurs ayant lu un catalogue papier adressé déclarent que celui-ci favorise les échanges avec leurs proches.<sup>2</sup>

## Les différents point de contact<sup>2</sup>

### Inspirent confiance :

**67%** Recommandations de professionnels, de vendeurs

**63%** Courriers papier adressés

### Suscitent l'envie de réserver :

**65%** Prospectus distribués en boîte aux lettres

**65%** Catalogues papier pris en agence

**61%** Catalogues papier adressés

**59%** Courriers papier adressés

### Informent sur les caractéristiques des services :

**79%** Sites Internet des marques

**78%** Emails publicitaires

**74%** Catalogues papier adressés

**74%** Courriers papier adressés

**73%** Catalogues papier pris en magasin

**72%** Catalogues numériques

## Les points de contact les plus utilisés

Moteur de recherche

**35%**

Site internet des marques

**33%**

Conseils, discussions avec l'entourage

**18%**

Site de comparateur de prix, de service

**17%**

Conseils, discussion avec un membre du foyer

**16%**

Catalogues numériques

**10%**

Avis de consommateurs sur internet

**9%**

Publicité sur internet et R.S.

**5%**

**85%** de la totalité des points de contact du secteur voyage, tourisme sont consultés à domicile<sup>2</sup>

## Médias à utiliser

### Enseignements

Les français **organisent eux-mêmes** leurs vacances. L'accessibilité à l'information touristique en ligne ou via des guides de voyage est donc essentielle.

Le **digital** et les **échanges avec les proches** sont les points de contacts les plus utilisés.

Pour préparer au mieux leurs vacances, **les Français utilisent de nombreux points de contacts** pour s'inspirer, se renseigner, comparer, trouver les meilleurs prix.

Pour effectuer toutes ses recherches et échanger avec ses proches, **le domicile est le lieu idéal**.

Les **supports papier** apportent à ceux qui en reçoivent et les consultent **des informations détaillées sur les offres** et ils inspirent confiance. Ils sont également **un support d'échanges avec les proches**, dans un secteur où la recommandation joue un rôle important.

### Médias recommandés

#### Ma visibilité Web

88% des consommateurs consultent les avis en ligne avant de réaliser un achat sur internet<sup>3</sup>

#### Easyperf FB & Insta

60% des personnes qui utilisent Instagram déclarent avoir découvert de nouveaux produits sur la plateforme<sup>4</sup>

#### Smart Catalogue

59% des Français aimeraient consulter un catalogue qui correspond à leur centre d'intérêt<sup>5</sup>

#### L'imprimé publicitaire / le Promofolio

56% des Français pensent que les IP leur permettent de découvrir de nouveaux commerces et artisans de proximité<sup>6</sup>



<sup>1</sup> Etude Interface Tourism Insights

<sup>2</sup> Etude INH Ipsos - Résultats 2022

<sup>3</sup> Mediametrie 2021 / IFOP / Brightlocal

<sup>4</sup> Instagram 2023

<sup>5</sup> Etude Harris Interactive 2021

<sup>6</sup> Balmétrie - Ipsos - 2022