

ET MOI...

26 JANVIER 2018

LES AGENCES DE VOYAGES BOUGENT ENCORE

Par Eric Delon

Illustrations: Sébastien Plassard





HABITUDES ET BUDGETS

17 heures

rien que pour identifier le professionnel le plus compétent pour organiser un voyage.

5 à 6 mois

C'est la durée moyenne nécessaire pour commencer à préparer son excursion.

5100 euros

Le coût moyen pour un voyage sur mesure de douze jours pour trois personnes (1700 euros par voyageur).

21%

des voyages sur-mesure sont effectués, en famille (4 personnes en moyenne) avec un budget moyen de 6 600 euros.

58%

des réservations sont le fait de couples (54% en période de Noël).

47%

des réservations sont effectuées par les seniors

4 500 euros

C'est la somme dépensée, en moyenne, pour un voyage en amoureux (destinations privilégiées: Seychelles, Bali, Polynésie française)

7 200 euros

Le budget moyen de voyage des seniors (pour une durée moyenne de treize jours)

Destinations préférées des Français

Canada, Afrique du Sud, Martinique.

(SOURCE: PROCHAIN ESCALE, PLATE-FORME COLLABORATIVE DE VOYAGES SUR MESURES, DÉCEMBRE 2017)

promotionnelle, un magazine d'aventures imprimé aux brochures traditionnelles « dont le contenu est aisément consultable sur notre site ».

Après avoir créé son blog Bons Plans Voyage New York en 2008, Alexandre Vendé s'est spécialisé sur la ville de New York en créant successivement une application mobile (iOS & Android), un guide papier (en vente en librairie), un livre-photo et une agence de voyages (www.new-york-en-francais.fr). Son credo: proposer des activités permettant de découvrir la grosse pomme hors sentiers battus grâce à des visites guidées à pied et à vélo en petit comité, photos et prises de vue, un jeu de piste... « Nous travaillons avec des agences de voyages qui revendent nos prestations à leurs clients. Cela leur permet de compléter leur offre et de proposer ainsi une vraie plus-value grâce à ces expériences inédites. » Avant de découvrir le milieu du tourisme, ce Bordelais, ancien professeur de sport, était persuadé qu'Internet allait faire disparaître les agences de voyages physique. « J'ai changé d'avis en constatant que de nombreux clients privilégiaient encore la relation humaine et la relation de confiance avec une agence. Les agences physiques vont perdurer grâce à ces services d'ultrapersonnalisation qui vont continuer à les différencier par rapport aux agences en ligne mais aussi et surtout avec les sites de voyages sur Internet (comparateurs, sites de réservation...) », analyse-t-il.

Selon les spécialistes du secteur, si avec l'essor des vols low cost, notamment des courts courriers, la plupart des candidats aux voyages peuvent facilement réserver leur vol et leur hébergement en ligne, les agences de voyages, dont le coût global supplémentaire varie entre + 5 et + 15% selon la prestation, doivent continuer à s'imposer sur les destinations plus lointaines où les informations sont moins accessibles et les risques, avérés ou non, plus nombreux. « Attention, la désintermédiation a ses avantages, comme celui de pouvoir choisir

quand on veut et d'où on veut (coach surfing), d'effectuer des achats d'impulsion ou de bénéficier de prix alléchants », souligne William El Kaïm. À la tête d'une agence de communication sur Instagram dédiée aux acteurs du tourisme (Hap Tag Média) et d'un média voyage (également sur Instagram) mettant en avant différentes destinations dans le monde et suivi par 1,5 million de voyageurs, Antoine Colas estime que si Internet a permis d'accroître l'autonomie des voyageurs dans la construction et la réalisation de leurs futurs séjours, il ne croit pas lui non plus à la disparition des

agences traditionnelles. « Elles répondent à l'exigence très contemporaine de gagner du temps. Celles qui survivront à un phénomène inévitable de concentration seront néanmoins celles qui feront le pari de l'hyper spécialisation », estime-t-il, allusion à des agences de type Evaneos (voyage organisé par des locaux), Voyageurs du Monde (voyage d'exception), ou encore Double Sens ou Rencontres au Bout du Monde (voyage solidaire). « La proposition faite au client doit bien entendu être digitalisée autant que possible avec une simplification du parcours d'achat, une rationalisation et une transformation des points de vente physiques qui doivent proposer une première expérience du voyage en soi, une bonne appréhension du marketing de contenus (Instagram en tête)... et des prix plus justes », prévient-il quand même.

UN LONG TRAVAIL EN AMONT

Les agences sont donc loin d'être mortes, comme on le prévoyait il y a dix ans. Elles ont même encore de belles cartes à jouer. Mais elles doivent rester vigilantes. Aujourd'hui directrice générale de la plate-forme de crowdfunding bretonne Options qui accompagne le financement d'entreprises innovantes, Gwenaëlle Quenaon-Hervé, cofondatrice du site d'emplois RegionsJob vient de réaliser son rêve, entre ses deux expériences professionnelles: faire le tour du monde avec mari et enfants (5 et 10 ans). Un rêve devenu réalité sans avoir jamais eu, précisément, recours à une agence de voyages. « À part pour ce qu'on appelle les billets tour du monde, qui permettent d'acheter l'ensemble des vols nécessaires avant le départ, en s'arrêtant sur plusieurs continents, et qui sont valables une année », rectifie-t-elle. Pour le reste, elle a exploité tout le potentiel des e-outils disponibles aujourd'hui: « À 95% nous avons loué des maisons sur Airbnb. Nous restions entre deux semaines et deux mois dans des endroits où la connexion Internet devait être de qualité pour que mon mari