

## Bilan des ventes été

# Pas de triomphalisme dans le e-tourisme

► LES PURE PLAYERS REPRÉSENTENT PLUS QUE JAMAIS LE CANAL PRIVILÉGIÉ DES VENTES DE DERNIÈRE MINUTE, MAIS LES TAUX DE CROISSANCE SPECTACULAIRES SONT DERRIÈRE EUX. À NOTER : LA FRANCE TIRE SON ÉPINGLE DU JEU.

**P**our les agences en ligne pure players, la saison estivale a été plutôt satisfaisante. L'effet promotions a bien fonctionné.

Une constante ressort : les délais de réservation ont été très courts. Chez Opodo, Xavier Rousselou, chargé de la communication, affirme que 55 % des réservations en juillet et août ont été effectuées à J-15, contre 50 % en 2008, et 65 % en 2009. « Les délais sont serrés mais moins flagrants que l'année dernière, sans doute en raison de nos ventes de première minute et des ventes flash que nous avons régulièrement organisées sur le site. Cela a permis d'échelonner les résas en fonction des vagues de prix promotionnels. »

Pour Ecotour, l'agence en ligne dirigée par Guillaume Victor-Thomas, les délais de résas ont été de 18 jours, contre 14 jours en 2009. Une petite différence qu'il explique par le fait que les internautes font davantage confiance au site, en raison de sa notoriété grandissante, et payent légèrement en avance. Chez Expedia, 28 % des résas ont été enregistrées à sept jours du départ, en phase avec la moyenne européenne de 29 %. « Ce délai est stable par rapport à l'été 2009 », indique Fabrizio Giulio, directeur commercial d'Expedia Europe. Fabrice Dariot, directeur général de Bourse des Vols/Bourse des Voyages, constate que les délais d'achat ont été courts, « à la fois sur les forfaits et sur les vols secs, pour profiter des promotions de dernière minute, avec le risque toutefois de ne

*pas trouver le meilleur prix au mois d'août, car les TO régulent leurs vols charters et font la chasse aux sièges vides ».*

### Une évolution du panier moyen propre à chacun

En ce qui concerne le montant du panier moyen, il a évolué différemment suivant les agences. « Nous avons enregistré une petite baisse du panier moyen sur les séjours packagés, sans doute due à l'impact des promotions, déclare Laurent Curutchet, directeur général de Lastminute.com. En corollaire, les ventes des produits all inclusive ont poursuivi leur percée, ils représentent 56 % des forfaits, ce qui tend à prouver que les clients cherchent davantage à maîtriser leur budget vacances. » Même analyse de la part de Fabrice Dariot, qui constate « un petit tassement du panier moyen, en raison des promotions tarifaires et de la baisse du nombre de pax par dossier, les familles ayant été moins nombreuses cet été à partir en forfaits ».

### L'Hexagone, vedette du Web

La France tire son épingle du jeu cet été. Chez Expedia, elle a constitué une « bonne surprise ». Les régions ont enregistré des croissances intéressantes : la ville de Paris, par exemple, a affiché une hausse de 12 % du nombre de nuitées réservées. « Les hôtels parisiens ont pratiqué des tarifs très attractifs en août, car en raison du ramadan, ils ont dû compenser l'absence de la clientèle orientale », précise Fabrizio Giulio. Les régions Rhône-Alpes, Provence et Languedoc-Roussillon ont aussi atteint des croissances de nuitées entre 27 % et 41 %. Laurent Curutchet de Lastminute parle également « d'explosion des ventes sur Paris ». Quant au site spécialisé [DeclicFrance.com](http://DeclicFrance.com), il a réalisé une augmentation de 31 % de son chiffre d'affaires, avec un panier moyen en hausse de 17 %. 58 % de ses clients ont réservé des résidences de vacances, 22 % des campings, et 18 % des clubs vacances. Les régions les plus demandées ont été le Languedoc-Roussillon, les Alpes du Nord et la Côte d'Azur... à J-14 dans 47 % des cas.



**Pas de surprise concernant le top 5 des destinations les mieux vendues par les agences en ligne : Tunisie, Maroc, Crète, Turquie et Égypte.**

Chez Opodo, une hausse du panier moyen de 6 % sur les forfaits a été constatée en juillet et août. Xavier Rousselou l'explique pragmatiquement par les surcharges carburant et par l'impact de la baisse de l'euro sur certaines destinations. Le pourcentage de hausse est le même chez Ecotour (+6,2 %), mais Guillaume Victor-Thomas trouve

une autre explication : « Malgré notre connotation low cost, nos clients ont choisi leurs vacances d'après un rapport qualité/prix. Ils sont moins chasseurs de prix qu'on pourrait l'imaginer ». Quant au panier moyen chez Expedia, il est aussi en hausse de 5 % pour les forfaits dynamiques. « Cet été, nous avons eu accès à un bon inventaire de la part des hôteliers », ajoute Fabrizio Giulio.

Quant aux destinations les plus vendues en forfaits, pas beaucoup de surprises : la Tunisie, le Maroc, la Crète, la Turquie et l'Égypte font partie du top 5 des agences en ligne. La France aussi a trouvé sa place (voir encadré). À la traîne : la République dominicaine et la Croatie. Du côté des ventes de vols secs, on note l'écrasante majorité des États-Unis, même si le taux de change avec l'euro n'était pas aussi favorable qu'à l'été 2009. Le rêve américain est toujours aussi fort. ■ **Catalina Cueto**