



Un ou des voyageurs de loisirs ?

Le portrait-robot du voyageur, ses besoins et comportements varient en fonction d'attributs majeurs :

- ⊙ Ses origines géographiques (pays, région) et sociodémographiques (âge, statut familial, revenus, etc.)
 - ⊙ Sa personnalité (introvertie ou extravertie) et son style de vie (activités pratiquées, intérêts et opinions)
- ⇒ Selon ces critères, une étude récente déclare qu'il y aurait pas moins de 15 groupes et 62 segments de voyageurs de loisirs

Cependant, la plupart de ces segments ont des caractéristiques communes qui nous permettent de brosser un profil général des voyageurs de loisirs : ils sont **instruits, aux revenus élevés, fervents utilisateurs d'Internet, à la recherche de la qualité, exigeants et expérimentés.**

Avant le voyage : un public averti, comparateur et très informé...

Dans sa quête du meilleur rapport qualité/prix, le voyageur de loisirs **recherche le maximum d'informations** pour faire son choix de vacances.

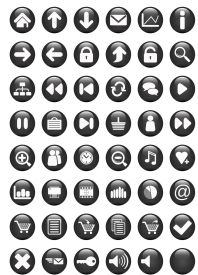
Et pour s'informer, comparer, sélectionner... c'est Internet qu'il préfère... plébiscité juste devant devant le bouche-à-oreille, les offices de tourisme, les guides et les agences de voyages.

Le Web 2.0 attire aussi son attention : 40% des internautes à la recherche de voyages se disent attentifs aux commentaires sur les forums et leur font plus confiance qu'à la publicité ou qu'aux conseils des vendeurs.



Mais malgré cet engouement pour internet, **seuls 10% des internautes seraient satisfaits des informations obtenues**, alors que la moitié se plaindrait de confusions, d'informations difficiles à trouver ou insuffisantes, ou encore du manque d'illustrations.

... avec des critères de recherche très précis



Les principaux facteurs permettant aux voyageurs de décider de leur destination sont : **le prix, les activités en concordance avec leurs intérêts personnels, la durée du voyage, la météo** ou encore **la nourriture.**

Mais **selon la nationalité, l'importance des critères peut varier** : alors que pour les Hollandais et les Anglais, la gastronomie revêt une grande importance, les Espagnols et les Italiens s'attachent principalement à la qualité de l'hébergement et des services proposés.

Pour évaluer ces critères, les voyageurs jugent très important d'obtenir : des **visuels des hébergements** (76%), des **descriptions et carte** de la destination (72%), le **programme des activités et des événements** (67%), des **informations sur la météo** (65%), sur la **restauration** (51%) ou sur les **activités sportives et de loisirs** (33%).

Pendant le voyage : une clientèle toujours à la recherche d'informations...

Bien qu'informés avant leur départ, **62% des voyageurs de loisirs recherchent de l'information pendant leur voyage.** L'outil de planification par excellence s'avère être les brochures (20,6%), devant les parents et amis (14,9%), les guides de voyages (14,6%), les bureaux d'information (12,2%) ou internet (10,7%).

Les brochures ont d'ailleurs un **fort impact sur le déroulement et la poursuite du voyage** : 37% des touristes modifient leurs plans de voyages en fonction de l'information trouvée sur place. Cependant, les brochures sont de plus en plus remises en cause pour des raisons de périssabilité ou d'écologie.

... et qui paradoxalement aspire au repos et à la détente

Si les touristes disent vouloir profiter de leurs vacances pour visiter et découvrir une destination, **61% des Européens recherchent le repos, la tranquillité**, selon l'Ipsos. Résultats quasi équivalents aux Etats-Unis où les vacances idéales sont représentées à 63% par un lieu de détente et à 56% par un lieu où passer du temps de qualité en famille.



Ceci expliquerait pourquoi **les activités les plus fréquentes sont des activités de détente** : la promenade (24,5% des séjours), la « visite de ville » (18,7% des séjours) ou aucune activité particulière (17,6% des séjours). Le shopping est même devenu la première activité des voyageurs étrangers en France devant les visites.

Et si nous essayions d'aider ensemble ces voyageurs à mieux planifier leur séjour sur place en toute sérénité et sans perdre de temps ?

LeadingFrog

Laissez-vous guider

Tel : 01 64 68 12 88 - Web : www.leadingfrog.com