

Communiqué de Presse
Paris, le 9 décembre 2005

**« Le Monde du Voyage en 2020 »
Le Groupe Cendant publie une étude sur les habitudes des
consommateurs pour organiser leurs voyages
dans les 15 ans à venir**

L'étude publiée le 8 novembre dernier « Le Monde du voyage en 2020 » par le Groupe Cendant Travel Distributions Services, leader mondial de l'industrie du voyage, prévoit que les voyageurs, tout âge confondu, partiront en vacances au moins 4 fois par an en moyenne, remettant ainsi en cause le concept des vacances traditionnelles. Cette étude réalisée en collaboration avec le cabinet « The Future Foundation », étudie les tendances comportementales, sociales, économiques, culturelles et technologiques qui auront un impact sur les consommateurs dans les principaux marchés du voyage et définiront l'avenir de l'industrie mondiale du voyage.

Une tendance forte vers des séjours de plus en plus culturels et éducatifs

Appartenant au groupe Cendant, HotelClub profite de quelques extraits de l'étude pour nous donner sa propre vision du marché, notamment au niveau des réservations d'hôtels en ligne et des efforts mis en place pour les voyageurs.

1. Un intérêt marqué pour des séjours courts mais beaucoup plus fréquents.

Désormais, le désir de voyager passe par l'expérience apportée ainsi que par l'enrichissement personnel, physique et émotionnel. Dès lors, le consommateur va privilégier les séjours de courte durée et s'adonner aux plaisirs des visites, des expositions, des concerts...

HotelClub souligne qu'effectivement sur le marché européen cette tendance se confirme. D'une manière générale, les voyageurs partent 3 jours, sur des destinations assez proches de chez eux. Pour la France par exemple, le spécialiste des réservations d'hôtels en ligne note un enthousiasme réel sur les séjours de 2 à 3 jours et note que les voyageurs ont tendance à fonctionner au rythme des saisons : en période de Noël par exemple les réservations d'hôtels sont en nette augmentation sur des destinations comme Strasbourg pour les célèbres marchés de Noël, de même que Londres pour le shopping des fêtes. Au printemps et en été, ce sont l'Italie et l'Espagne qui remportent la palme

2. Le « Luxe » ne sera plus synonyme de coûteux.

Une tendance vers une consommation discrète qui donnera un autre sens au mot luxe et qui correspondra à tout ce que l'argent ne peut pas acheter : moments passés avec les enfants, amis, conjoints où le temps consacré à une passion. Les organisateurs de voyages devront donc redéfinir leurs formules « Offre de Luxe », en proposant par exemple la découverte de différentes cultures.

D'une manière générale, HotelClub note que ses clients s'orientent de plus en plus vers des hôtels 2 à 3 étoiles : Ils se garantissent ainsi un bon niveau de services hôteliers, tout en réservant un budget plus important pour leurs visites, excursions...sur place.

Face à cette tendance, HotelClub n'hésite d'ailleurs pas à mettre en place très régulièrement des offres à « thèmes » : Offre Spa/Bien-être ; offre Marchés de Noël ; Offre séjour aux skis...

2. « Exit » le stress des voyages !

La souplesse revient à plusieurs reprises dans l'étude puisque la majorité des consommateurs recherche en priorité : plus de flexibilité au niveau des horaires de vols, la possibilité d'enregistrer ses bagages et obtenir une carte d'embarquement avant d'aller à l'aéroport, de meilleures correspondances, des visas en ligne,

Dans le même esprit, HotelClub montre combien ses clients sont particulièrement sensibles aux services proposés sur le site. Effectivement, depuis l'ouverture du site, HotelClub enregistre un attrait particulièrement marqué pour tous services annexes proposés : offres de dernières minutes, newsletters, commentaires consommateurs, ...qui les orientent dans leurs sélections de séjours.

3. Une demande très forte pour des formules plus adaptées au profil familial

Au cours des 15 prochaines années, on peut s'attendre à voir des structures de coût et des formules de voyages plus flexibles pour répondre tout d'abord aux besoins des différentes structures familiales mais également à l'émergence du « Voyageur 3^{ème} âge ».

Conscient de ce phénomène, HotelClub multiplie les partenariats lui permettant ainsi de proposer des formules plus adaptées au profil familial. Le récent partenariat avec Pierre & Vacances en est une parfaite illustration.

Ken Esterow, président et CEO, Cendant Travel Distribution Services, Americas, estime que « dans l'avenir, les voyages ne seront plus seulement perçus comme des vacances mais comme **une façon de se différencier culturellement. Les clients ne veulent plus un simple voyage, ils veulent que ce voyage leur apporte une expérience mémorable et personnalisée, que ce soit un voyage d'affaires ou de loisirs. **L'étude « Le Monde du Voyage en 2020 » montre que pour capitaliser sur ces changements, l'industrie doit passer de la simple vente de séjours à la création d'un bout à l'autre de voyages riches en expériences.****

L'avenir de l'industrie du voyage appartient à ceux qui oseront le définir. Chez Cendant Travel Distribution Services, nous avons une vision de l'avenir, « vendre le monde au monde ». Nous avons créé un véritable réseau mondial du voyage dont la capacité de distribution, souple et puissante, permet à nos traditionnels agents de voyages et à nos agences de voyages en ligne de vendre des séjours d'une façon nouvelle et excitante. Les voyageurs auront besoin de la technologie qui leur permettra de trouver facilement les services et les renseignements locaux pour distribuer une expérience unique. Nous pensons que l'avenir du voyage et de ses moyens de distribution résidera dans le merchandising d'expériences du voyage uniques. »

A propos de Cendant travel Distribution Services

La division Cendant TDS est l'une des entreprises les plus grandes et les plus diverses géographiquement en matière de marques et de canaux de distribution dans le secteur du voyage. La division employant près de 5.000 personnes dans plus de 116 pays, comprend : Galileo, une compagnie leader en matière de services (GDS) , utilisée par plus de 43.000 agences de voyages avec plus de 60.000 hôtels ; des entreprises de distribution en matière d'hôtellerie et de services (Trust, THOR, WizCom and Neat Group) ; des agences de voyages, leader dans le secteur de l'internet (Cheap Tickets, Lodging.com ; HotelClub.com et RatesToGo.com) ; Shepherd Systems, une compagnie d'études et conseils pour compagnies aériennes ; Travelwire, une compagnie internationale spécialiste dans les logiciels et les technologies liées au voyage ; Travel 2/Trave4, un fournisseur et leader international de vols long-courrier et de services liés aux voyages ; et Travelport, un fournisseur en-ligne de solutions de gestion de voyages d'affaires.

A propos d'HotelClub (www.HotelClub.fr) :

Spécialiste de l'hébergement hôtelier sur Internet, HotelClub est un des sites web du Groupe australien Flairview Travel : l'un des leaders mondiaux dans la distribution et la vente de chambres d'hôtels en ligne et part de Cendant TDS. HotelClub (www.HotelClub.fr) est un service en-ligne complet offrant la possibilité de réserver des chambres d'hôtel jusqu'à 12 mois à l'avance. Ce service offre aux internautes le choix de plus de 20.000 hôtels ainsi que 9200 hôtels de dernière minute – avec des réductions pouvant atteindre 60% - dans 82 pays et 2000 villes à travers le monde. HotelClub est disponible en neuf langues – Français, Allemand, Anglais, Chinois, Coréen, Espagnol, Italien, Japonais et Portugais.

Vos contacts HotelClub

HotelClub

Anthony Barange

Tel: + 61 2 8263 5107

Email: anthony.barange@flairview.com**Point Virgule Relations Presse**

Céline Pardo et Tygénia Saustier

Tél : +33 (0)1.41.11.82.15

Email : cpardo@pvirgule.fr -
tsaustier@pvirgule.fr