



<http://www.20minutes.fr/articles/2006/09/27/20060927-actualite-economique-Comment-Internet-a-modifie-le-paysage-des-tours-operateurs.php>

actualite-economique

[Imprimer l'article](#) 

Comment Internet a modifié le paysage des tours-opérateurs

20Minutes.fr | 27.09.06 | 22h16

Surfer pour voyager. Les Français utilisent de plus en plus Internet et de moins en moins les agences pour préparer leurs périples. En 2005, 11,5 millions d'entre eux ont eu recours au Web pour élire la destination de leur choix, selon une étude publiée mardi dernier par le cabinet d'études Raffour Interactif. Soit 37% des 31,5 millions de personnes qui sont parties en voyage cette année-là. Une évolution qui pousse les tours-opérateurs à adapter leur offre. Les anciens du secteur ont tous un site Internet et ont ainsi élargi leurs canaux de distribution. Mais sur l'espace Web, ils doivent compter avec les compagnies low-coast et la multiplication de «distributeurs» de voyages en ligne, tels Ebookers, Opodo, Octopustravel... Ces derniers ne produisent pas de voyages clé en main mais servent de relais vers des compagnies aériennes, des hôtels...et des tours-opérateurs. L'internaute peut ainsi comparer les tarifs des séjours, des vols secs et des hôtels, afin d'organiser un voyage au meilleur prix possible. Au risque de se casser le nez. «Contrairement à nos tours-opérateurs, ces distributeurs ne prennent aucune responsabilité sur un vol surbooké ou un hôtel complet, explique René-Marc Chikli, président du Centre d'étude des tours opérateurs ([Ceto](#)). Le service n'est pas le même et l'internaute finira par le comprendre.»

Pour l'instant, les tours-opérateurs qui répondent à la charte du voyage du Ceto (voir [la liste](#)) ne semblent pas souffrir de cette concurrence. Cet été, leur chiffre d'affaires a augmenté de 2,3%, malgré une baisse du trafic. Mais, selon Guy Raffour, le PDG du cabinet Raffour Interactif, « ils sont déroutés par ces nouveaux consomm'acteurs, de plus en plus autonomes et experts sur les prestations ». «Les tours-opérateurs français vont devoir adapter leur modèle économique», reconnaît Jean-Marc Chikli. Quitte à créer leurs propres compagnies low-cost, pour rester compétitifs sur le marché européen. «Sans rogner sur le sérieux des prestations, promet le Ceto, car c'est là notre force. »

Catherine Fournier

© 2006 - 20 Minutes France SAS - Tous droits réservés