

## Le rayonnement numérique des marques

### Quel positionnement pour les marques du Tourisme dans l'univers digital ?

Les bouleversements induits par le numérique sont nombreux et transforment les usages et les habitudes de consommation des Français. Le poids de l'économie numérique est devenu incontournable dans l'univers du tourisme. Selon Médiamétrie, 19.5 millions de Français préparent leurs achats de voyages sur internet.

NPA Conseil et Converteo ont réuni leurs compétences pour étudier le déploiement des stratégies sur le web des **MARQUES TRADITIONNELLES** et des **PURE PLAYERS**. Sur le marché de l'e-tourisme, ce sont les marques nées du net qui ont su davantage s'imposer.

Dans un univers où les ACTEURS TRADITIONNELS sont en concurrence avec les PURE PLAYERS, NPA Conseil et Converteo ont créé un dispositif d'analyse du positionnement des marques sur le Net. Il prend en compte les moyens mis en place (organisationnels, investissements publicitaires, ergonomie des sites) et les résultats obtenus (référencement, audience, chiffre d'affaires...).

Les marques prises en compte sont :

- pour les acteurs « historiques » : Pierre & Vacances, Club Med, Selectour, Nouvelles Frontières, Look Voyages et Jet Tours et Voyages Auchan ;
- pour les « pure-players » : Promovacances, Expedia, Opodo, Ebookers, Lastminute et Voyages SNCF.

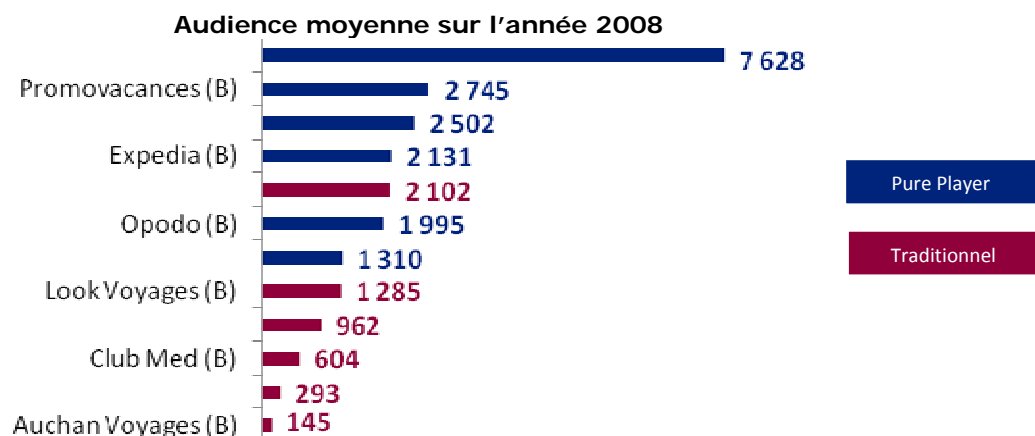
**Plusieurs dimensions segmentantes sont identifiées sur le secteur du e-tourisme notamment** la nature des acteurs (PURE PLAYERS vs TRADITIONNELS) et les objectifs de communication (notoriété vs efficacité/performance).

#### *La nature des acteurs*

Les PURE PLAYERS ont su capitaliser sur leur expérience acquise depuis 10 ans et devancent les ACTEURS TRADITIONNELS qui se sont impliqués plus tardivement sur ce media.

Ils enregistrent une audience plus forte et proposent des sites offrant une meilleure expérience client.

Ces acteurs bénéficient d'un atout majeur, étant filiales de groupes internationaux. Ils peuvent ainsi réaliser des économies d'échelle importantes en globalisant les coûts de développement ou de communication / marketing.



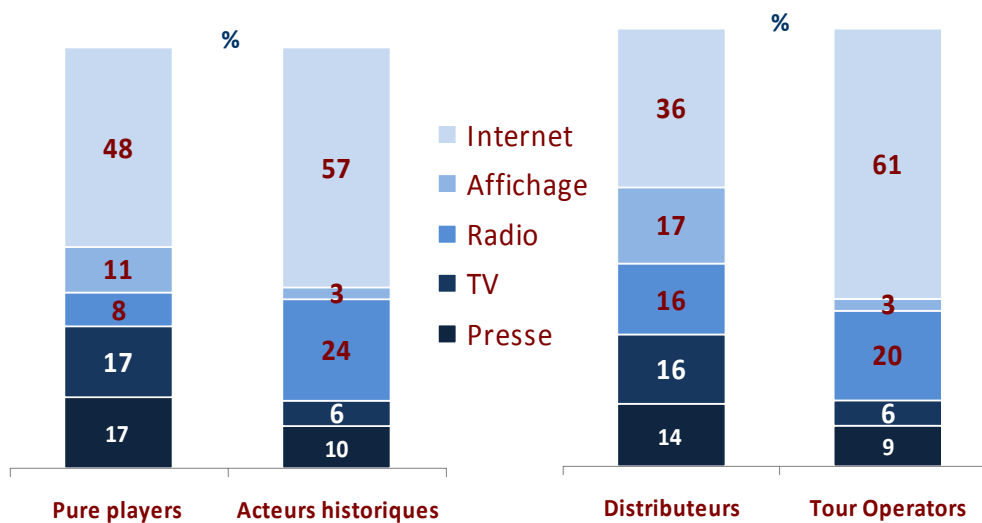
Source : Médiamétrie / NetRatings

### Les objectifs de communication

Deux stratégies opposées semblent se détacher. D'un côté, les PURE PLAYERS et les DISTRIBUTEURS, puissants en termes de transaction online, construisent la notoriété de leurs marques en diversifiant leurs investissements sur les différents médias.

De l'autre, les ACTEURS TRADITIONNELS et les TOUR OPERATORS, dont les marques sont d'ores et déjà connues du grand public, se concentrent sur des logiques transactionnelles, qui ont pour vocation d'optimiser la rentabilité de leur dispositif de présence en ligne.

### Répartition des investissements publicitaires par media



### Les marques qui se distinguent au sein du panel étudié

Les PURE PLAYERS obtiennent de meilleurs résultats que les ACTEURS TRADITIONNELS et ont par conséquent un meilleur positionnement sur le Net.

Même si les marques historiques se sont impliquées plus tardivement sur Internet, elles conservent des avantages sur leurs concurrents issus de la toile. Elles exploitent de mieux en mieux les opportunités offertes par Internet à l'instar de Nouvelles Frontières. Club Med, positionnée sur un marché haut de gamme, veille à la qualité de l'expérience client. En termes de PURE PLAYER Expedia est une marque de référence sur le marché.

### A propos de NPA Conseil :

NPA, partenaire des principaux acteurs de l'audiovisuel et des télécoms, intervient en conseil stratégique et opérationnel dans le domaine des media et des nouveaux services numériques. NPA produit des études de référence, organise des colloques et propose des formations sur mesure.

### A propos de Converteo :

Converteo est un cabinet de conseil spécialisé dans l'amélioration de la performance e-business. De la vision stratégique jusqu'à la mise en place des outils et méthodes, en passant par des audits et des conceptions de sites performants, Converteo est aujourd'hui l'acteur de référence des divisions e-business qui souhaitent rendre leur dispositif Internet rentable. 50 clients distributeurs, e-commerçants, ONG, organismes de formation ou banques en ligne ont choisi d'être accompagnés par Converteo. Converteo est une entreprise certifiée GAAC (Google Analytics Authorized Consultant).

### Contacts presse :

Lydiane Lambert Le Roy – 01 74 71 43 80 – [llyeroy@npaconseil.com](mailto:llyeroy@npaconseil.com)  
 Florent Salvarelli – 01 74 71 43 80 – [fsalvarelli@npaconseil.com](mailto:fsalvarelli@npaconseil.com)