

Effets de la crise : La fréquentation touristique des Français

Info

Posté par : JulieM

Publié le : 4/3/2009 15:00:00

Spécialiste et leader de la vente de vols secs en France sur Internet, GO Voyages est le témoin privilégié des évolutions du secteur aérien et des modes de consommation des Français. **Le voyageur livre une analyse assez surprenante, à travers un comparatif de ses ventes du 1er au 31 janvier 2009 par rapport à la même période en 2008*.** **GO Voyages observe 3 grandes tendances en ce début d'année 2009 :**



À

Les ventes sur les pays dont les monnaies ont été dévalorisées par rapport à l'euro ont considérablement progressé

- les pays de la Zone Euro n'ont plus la cote
- et surprise! les destinations à connotation « luxe » ont un succès fou !

Les pays dont la monnaie a été dévalorisée ces derniers mois ont donné l'opportunité et l'envie aux Français de profiter de tarifs avantageux sur place pour faire une escapade autrefois coûteuse. Ainsi GO Voyages enregistre une progression sur ses ventes de janvier 2009 par rapport à janvier 2008 de +25% pour les Etats-Unis avec un dollar qui reste très avantageux (1 euro = 1.3 dollars) même s'il est moins que pendant l'été 2008 (1 euro = 1.5 dollars) ; +75% sur le Royaume-Uni avec une quasi-parité euro/livre et +225% sur l'Islande, avec une Couronne Islandaise ayant perdu plus de 3 fois sa valeur en quelques mois !

Les pays de la Zone Euro subissent l'effet inverse :

Les ventes ont regressé de -13% sur l'Autriche, -18% sur l'Italie et la Grèce, -20% sur la Belgique et la Hollande et -22% sur l'Allemagne. Alors qu'elle était depuis quelques années la tête des évolutions sur les ventes en Europe, l'Espagne reste stable mais n'enregistre aucune progression.

Ce comportement opportuniste semble aussi se retrouver sur les destinations à connotation « luxe » et longs courriers, très largement expliquée par la baisse du baril de pétrole, et l'effet « crise » poussant les compagnies aériennes et les hôteliers à déstocker en baissant leurs tarifs.

Les Français ont donc mis le cap vers d'autres horizons, en consacrant un budget plus important pour des destinations plus lointaines ou inaccessibles en termes de tarifs il y a encore quelques mois, leur garantissant un rapport qualité/prix beaucoup plus intéressant cette année (baisse du panier moyen de 15% par rapport à 2008).

Avec cette tendance, GO Voyages enregistre des progressions spectaculaires sur ses ventes entre

janvier 2009 et janvier 2008 : +40% sur Dubaï, +55% sur Maurice, +86% sur Mayotte +136% sur la Polynésie Française !

Malgré un pouvoir d'achat plus faible, GO Voyages note que les consommateurs français ont également étudié les nouvelles offres du marché pour trouver les meilleures opportunités de voyages.

* Analyse réalisée sur la base des clients ayant réservé en janvier 2009 (130 000 clients) comparée à janvier 2008.