

INFOTRAVEL
Actualités, voyages, inspirations

Press Club de France
Un lieu, un lien



Nouvelles Perspectives & Prospectives du Tourisme

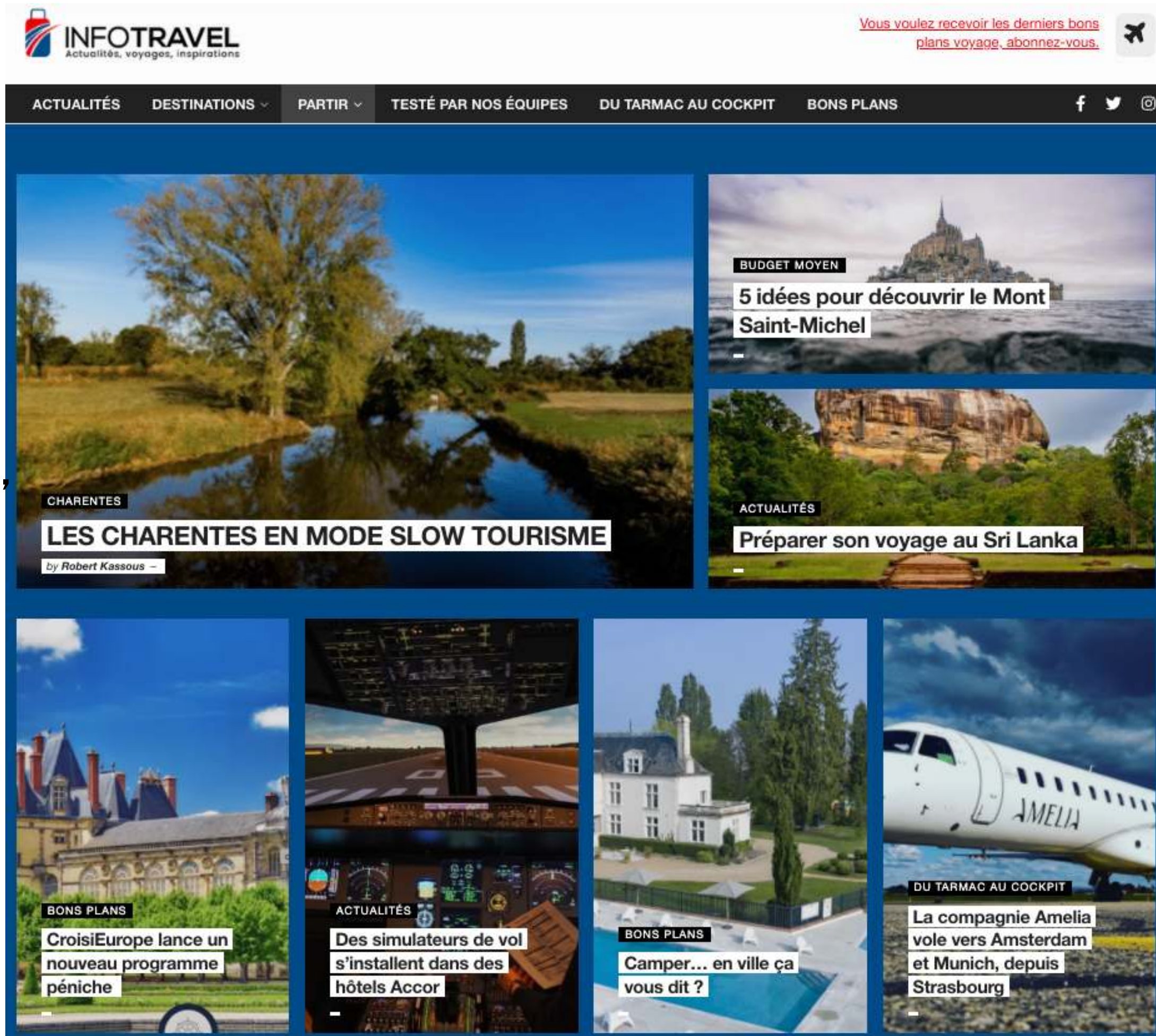
CONFERENCE SALON MONDIAL DU TOURISME 17 MARS 2022 - 14 H

Infotravel.fr est l'un des seuls sites gratuits d'informations quotidiennes sur le tourisme à destination du grand public

Né en 2009, Infotravel.fr est le regroupement de plusieurs journalistes, venus du Figaro, l'Express, l'Obs, les Echos, France info et bien d'autres... tous passionnés de voyages.

Labellisé Google News depuis 7 ans pour son sérieux et son impartialité.

La rédaction dirigée par Robert Kassous, ex rédacteur en chef à l'Obs, œuvre tous les jours pour vous donner le maximum d'information.



The screenshot shows the Infotravel website interface. At the top left is the logo with the tagline 'Actualités, voyages, inspirations'. On the top right, there is a link: 'Vous voulez recevoir les derniers bons plans voyage, abonnez-vous.' with an airplane icon. Below the logo is a navigation bar with categories: ACTUALITÉS, DESTINATIONS, PARTIR, TESTÉ PAR NOS ÉQUIPES, DU TARMAC AU COCKPIT, and BONS PLANS. Social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram are also present.

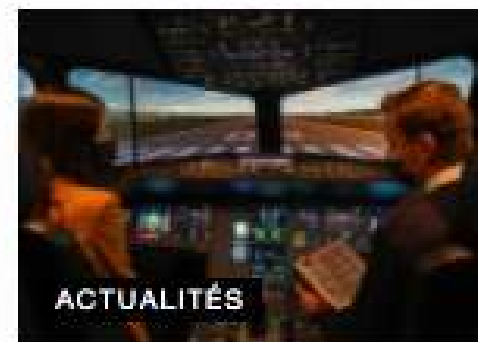
The main content area features several article cards:

- CHARENTES**: LES CHARENTES EN MODE SLOW TOURISME (by Robert Kassous)
- BUDGET MOYEN**: 5 idées pour découvrir le Mont Saint-Michel
- ACTUALITÉS**: Préparer son voyage au Sri Lanka
- BONS PLANS**: CroisiEurope lance un nouveau programme péniche
- ACTUALITÉS**: Des simulateurs de vol s'installent dans des hôtels Accor
- BONS PLANS**: Camper... en ville ça vous dit ?
- DU TARMAC AU COCKPIT**: La compagnie Amelia vole vers Amsterdam et Munich, depuis Strasbourg

Actualités



Préparer son voyage au Sri Lanka



Des simulateurs de vol s'installent dans des hôtels Accor



Corsair confirme la ligne Nantes – Fort-de-France



Hurtigruten L'Express Côtier, vers une importantes modernisations écologiques

Nos bons plans

Retrouvez chaque jour nos bons plans de dernière minute.



22 RAISONS D'ALLER À LA DÉCOUVERTE DE NEW YORK CITY EN 2022



Vueling met le cap sur Alexandrie



Ethik Hotels : relation directe voyageurs et acteurs du tourisme responsable



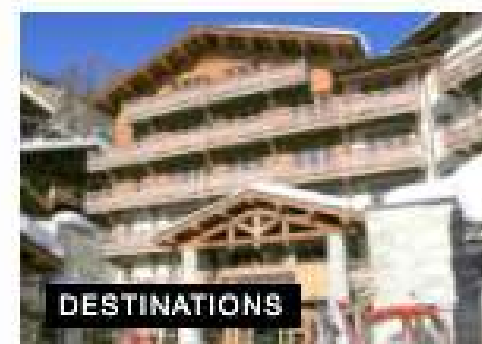
Aer Lingus reprend ses vols pour San Francisco dès le 25 Février

Nos destinations

Toutes les actualités du secteur en temps et en heure.



LES CHARENTES EN MODE SLOW TOURISME



Les Barmes de l'Ours Hôtel & Spa : Du luxe ski aux pieds



5 idées pour découvrir le Mont Saint-Michel



La ville espagnole de Valence retrouve la magie festive de ses « Fallas » !



102 K



51 K



6 K



Sommaire



- **ETAT DES LIEUX DU TOURISME DANS LE MONDE.**
- **LES NOUVEAUX COMPORTEMENTS VOYAGEURS.**
- **PREDICTIONS ET PILOTAGE DE LA DEMANDE DANS LE TOURISME .**
- **LE TOURISME DE DEMAIN.**

Qui présente ?



Robert Kassous
Journaliste
CEO INFOTRAVEL.FR
Formateur Grandes
Ecoles



Guillaume Demuth
Sociologue
AGENCE D'INTELLIGENCE
SOCIOLOGIQUE



Thomas Isnard
CEO Apollo-Plus

Solution de
prédiction et pilotage
de la Demande basée
sur IIA



Mai Mahmoud
Chargée de
communication
AUSY



Issa Dia
Commercial/SDR
Supertripper

Covid-19



PIRE CRISE DE L'HISTOIRE DU TOURISME

RAPPEL DES CHIFFRES CLEFS

- 1 emploi sur 10 dans le monde
- 10% du PIB Mondial
- Vecteur de paix et de sécurité
- 4ème rang dans les échanges internationaux.

VERS UN CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

Les crises qui ne durent pas ont un effet limité sur les voyageurs.

Mais une crise qui dure depuis plus de 2 ans aura un impact sur les comportements

L'INNOVATION AU SERVICE DU TOURISME

Le secteur est très en retard sur le numérique

Pourtant, les nouvelles technologies, notamment prédictives, peuvent aider le tourisme à être plus vertueux.

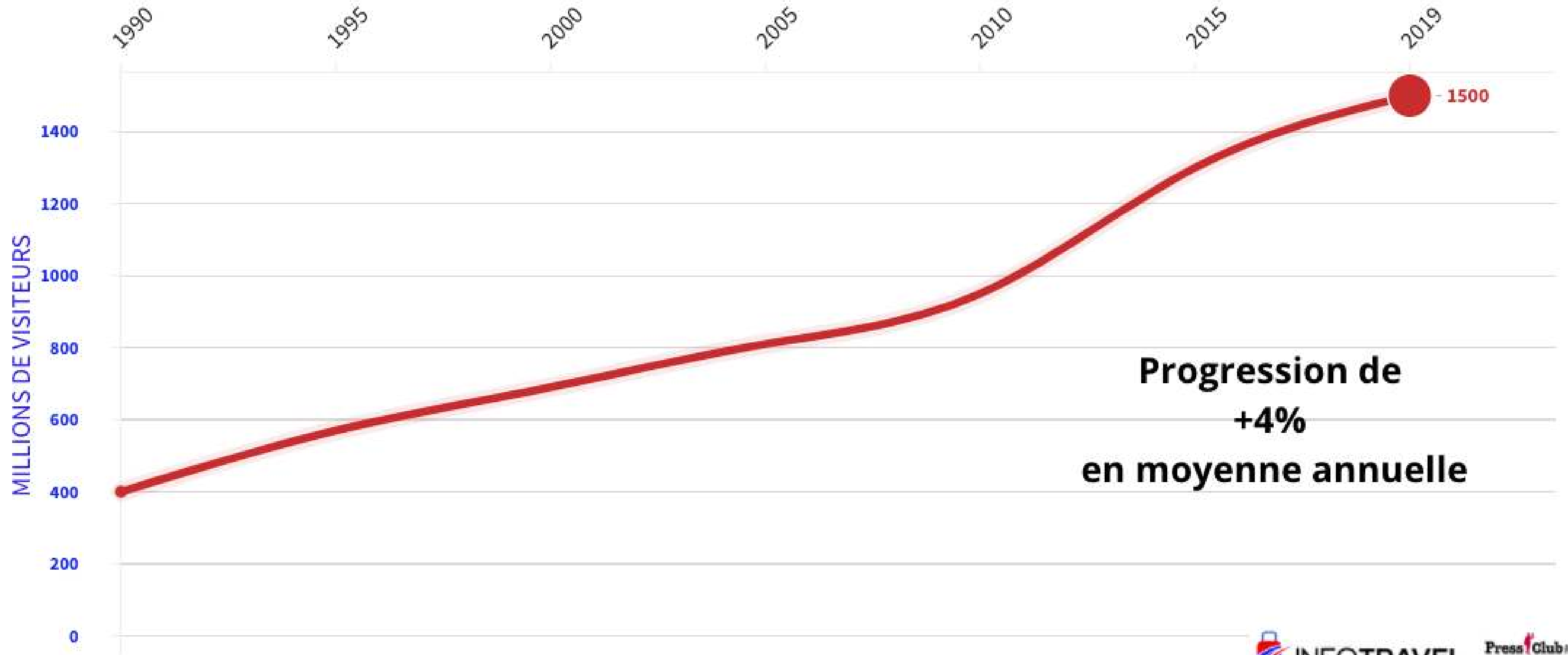
Progression du tourisme Mondial

Replay

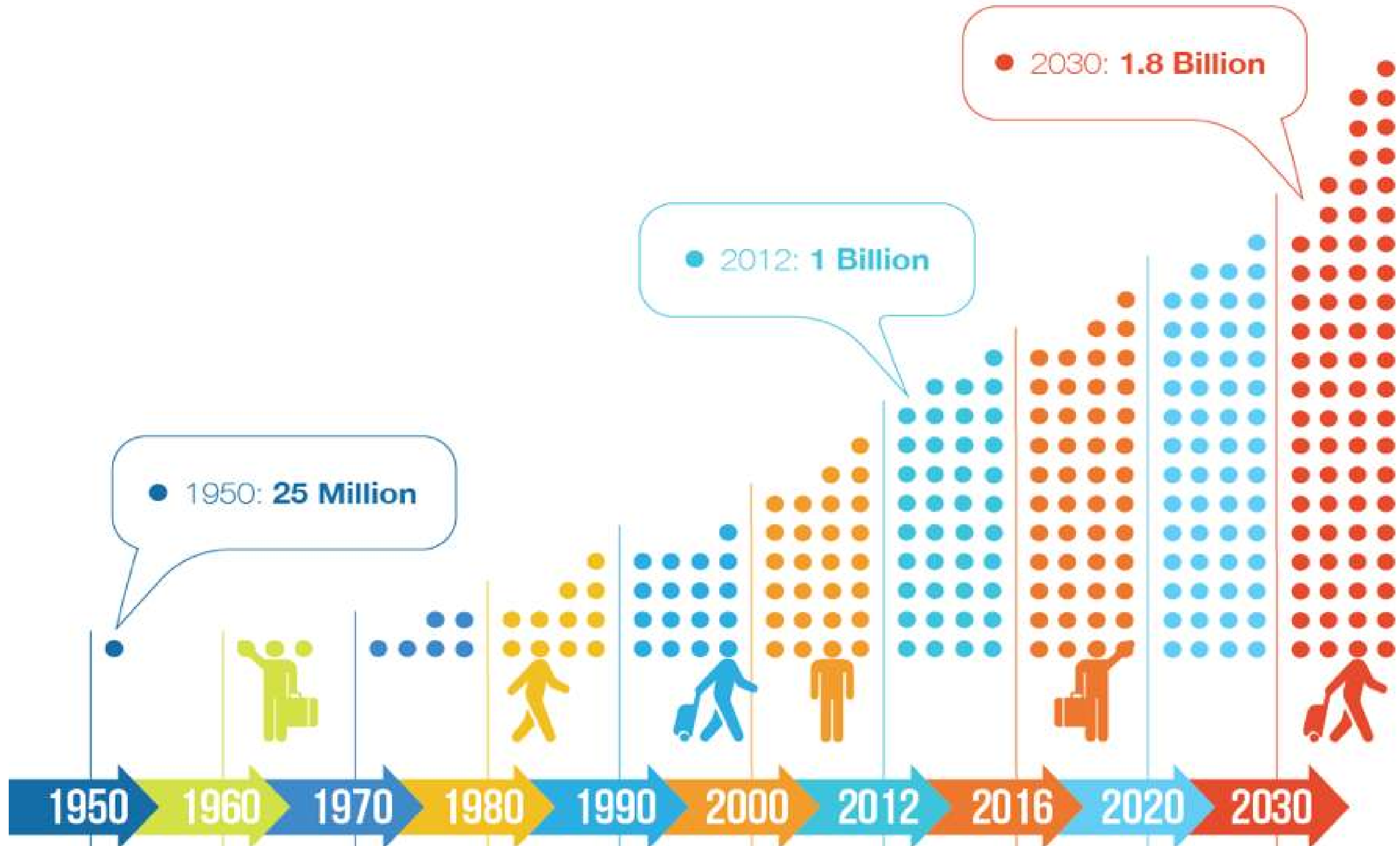


Ranks

ANNEES



INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS 1950 - 2030



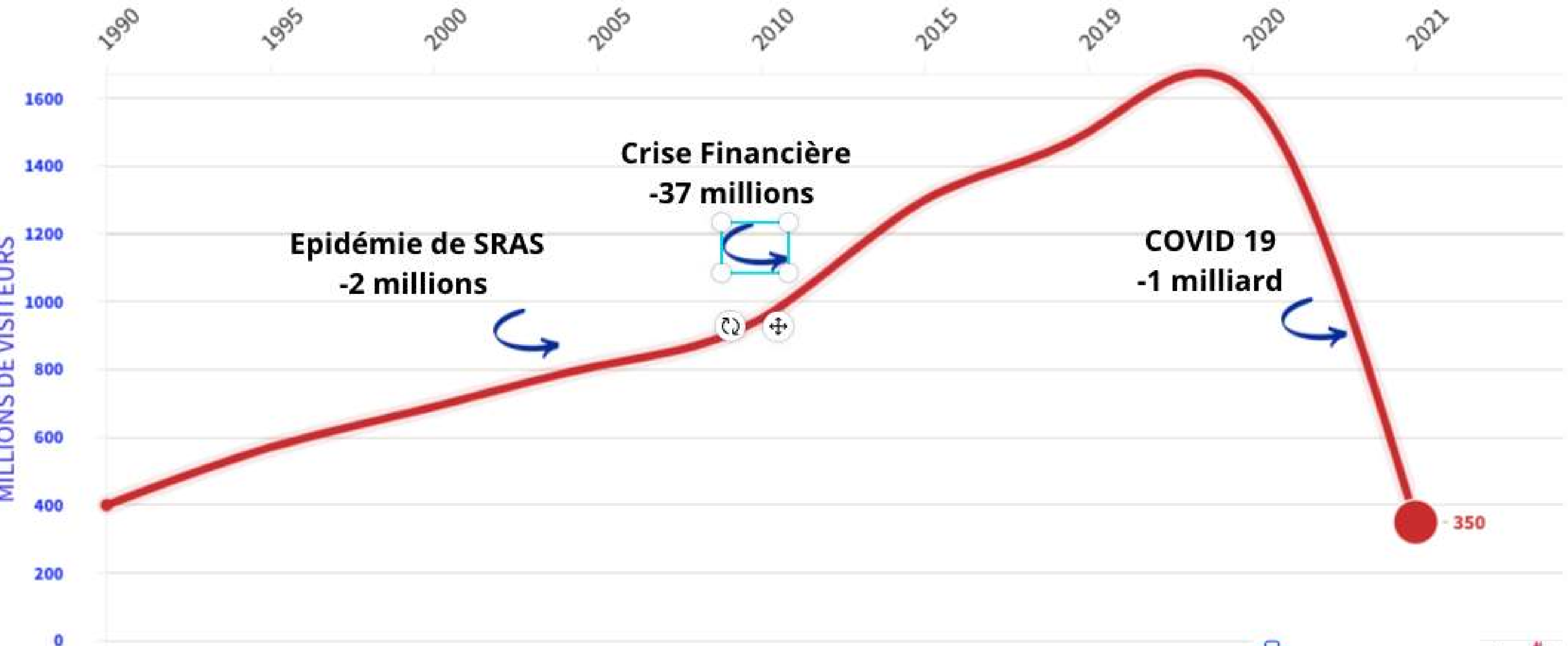
Progression du tourisme Mondial

Replay



Ranks

ANNEES



Le nombre total de touristes internationaux

2019 1,460 milliards

2020 400 millions

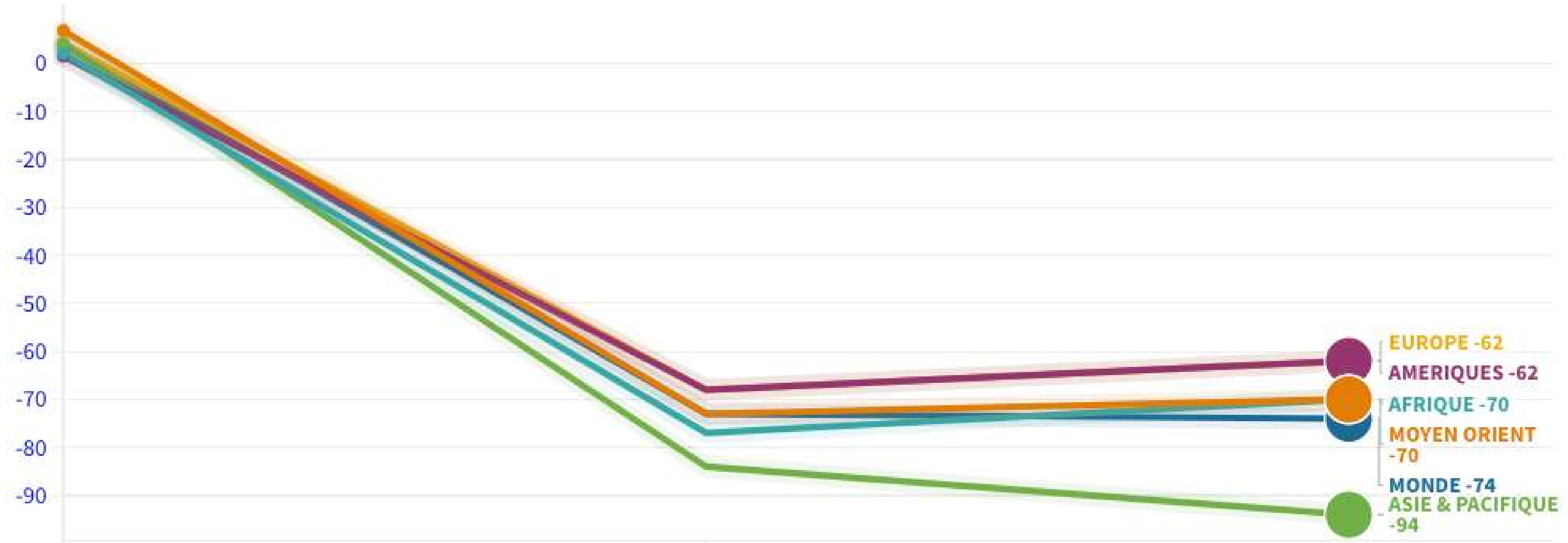
2021 415 millions + 4%



Baisse des arrivées touristiques par zones

EN 2021

Replay Scores Ranks



Arrivées Internationales en 2019

Arrivées Internationales en 2020

Arrivées Internationales en 2021

LA CRISE EN 5 CHIFFRES



**4 000 milliards de dollars de perdu
2020-2021
par rapport à 2019**



**-74% des arrivées
internationales**



**100 à 120 millions
d'emplois dans le
tourisme menacés
dans le monde**



**500 millions de
touristes
internationaux en
moins en Europe**



**Entre deux ans et
demi à quatre ans...
pour retrouver les
chiffres 2019**

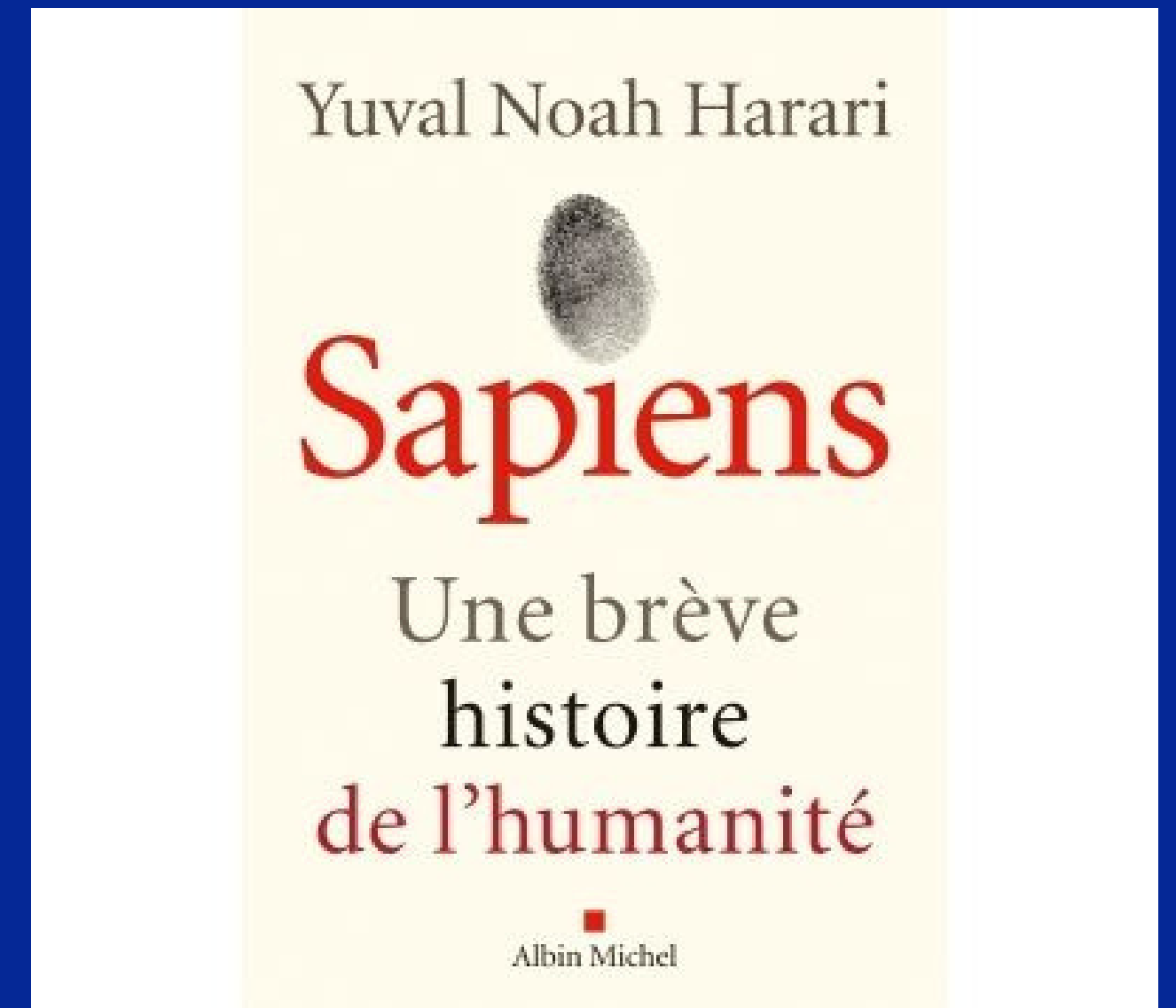
Les perspectives 2022 selon l'OMT

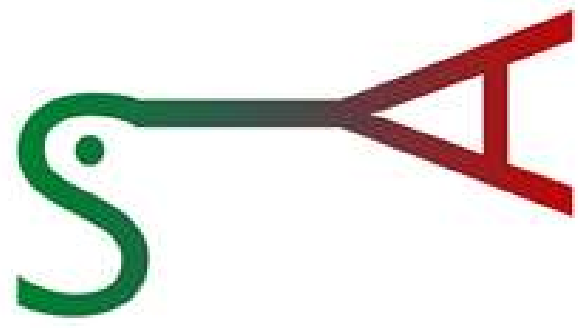
Les scénarios de l'OMT tablent sur une croissance des arrivées de touristes internationaux allant de **30 % à 78 % par rapport à 2021. Toutefois, ce sont des niveaux encore de **50 % à 63 %** en dessous des niveaux d'avant la pandémie.**

La nouveauté

Si les crises avaient pour principe de se succéder, elles sont en même temps actuellement et cela change tout !

«Cette tempête passera. Mais les choix que nous faisons maintenant pourraient changer nos vies pour les années à venir» - Yuval Noah Harari, auteur du best-seller Sapiens, sur la crise de la COVID-19





AGENCE
D'INTELLIGENCE
SOCIOLOGIQUE

TOURISME INCERTAIN TOURISTES STRATÈGES

DE LA DÉCOUVERTE À LA MAÎTRISE

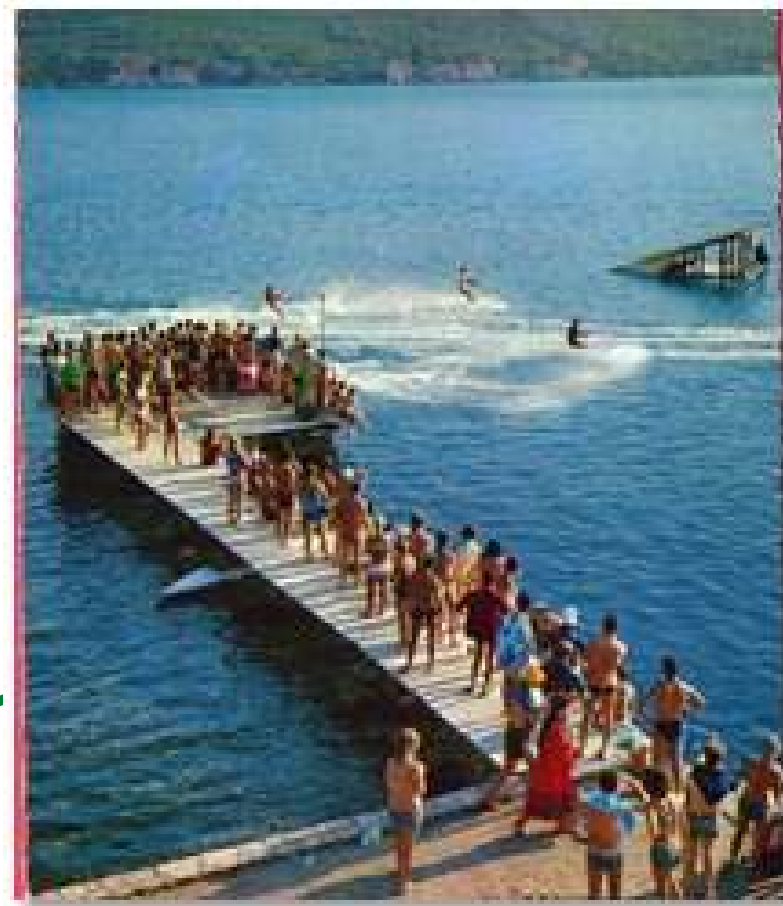
Nombre de
personnes
ayant accès au
tourisme



1920 - 1950
DÉCOUVERTE



1950 - 1998
CONSOMMATION



1998 - 2019
COMPÉTENCE



2019 - 20...
MAÎTRISE



Années

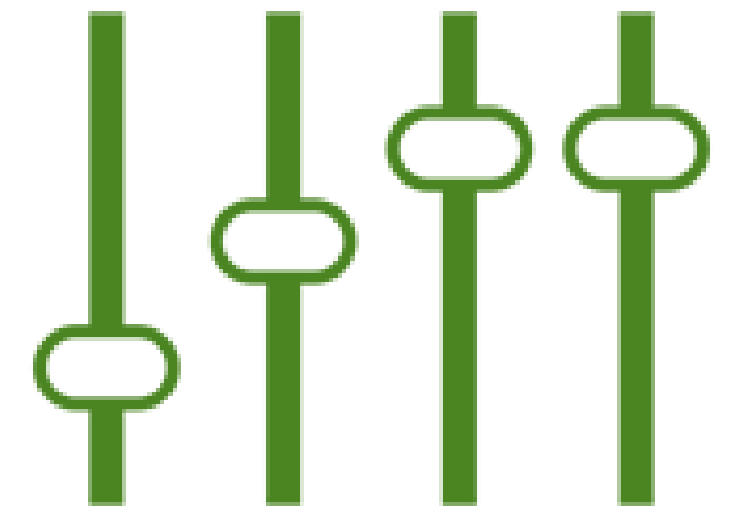
3 CLÉS POUR COMPRENDRE LE TOURISTE STRATÈGE



**PARTAGE DES
COMPÉTENCES**



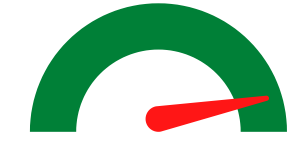
**CROISSANCE DU
RESSENTI**



**BESOINS
RE-HIÉRARCHISÉS**



**PARTAGE DES
COMPÉTENCES**



OBJECTIF

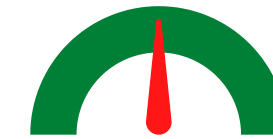


EXPÉRIENCE



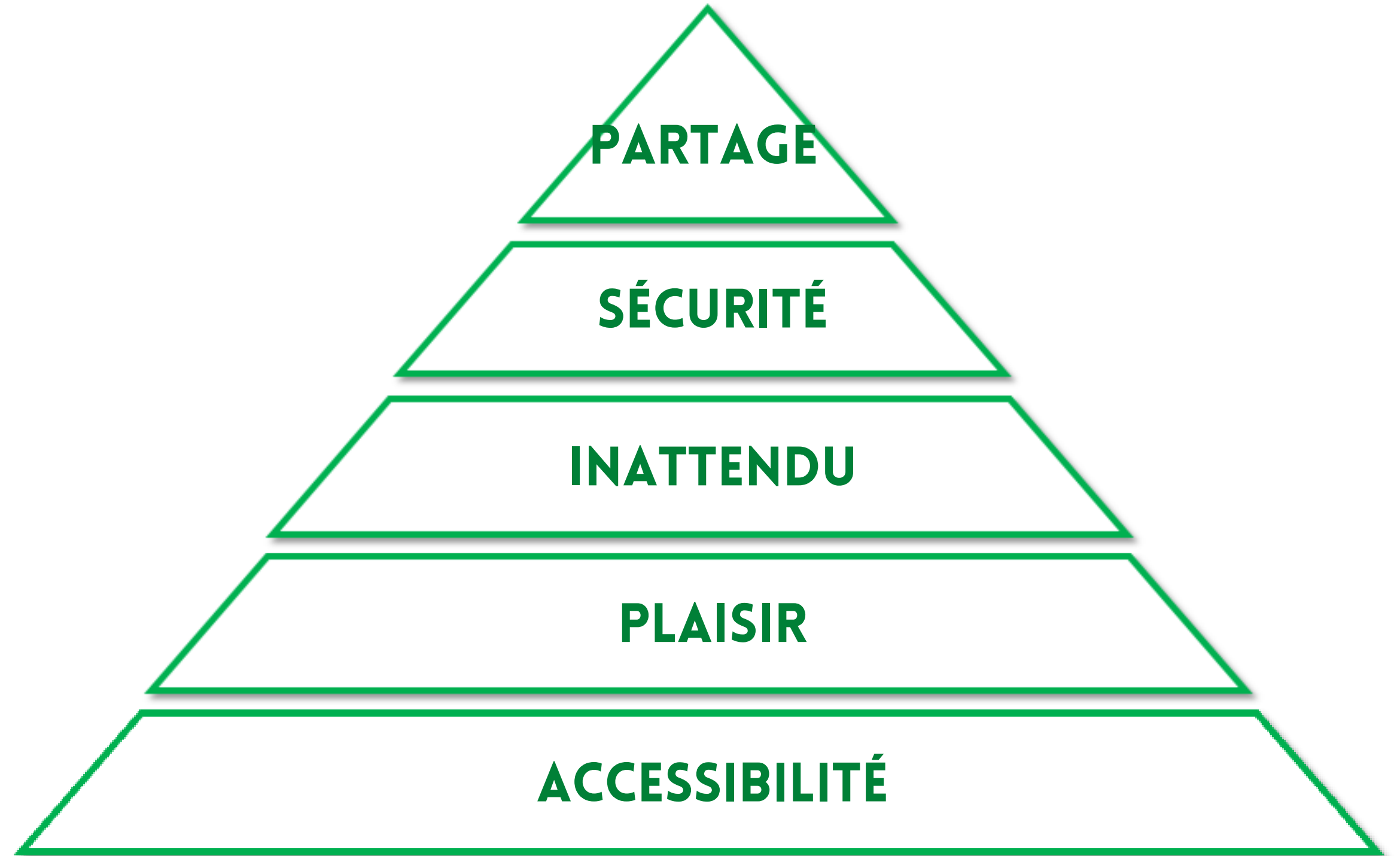
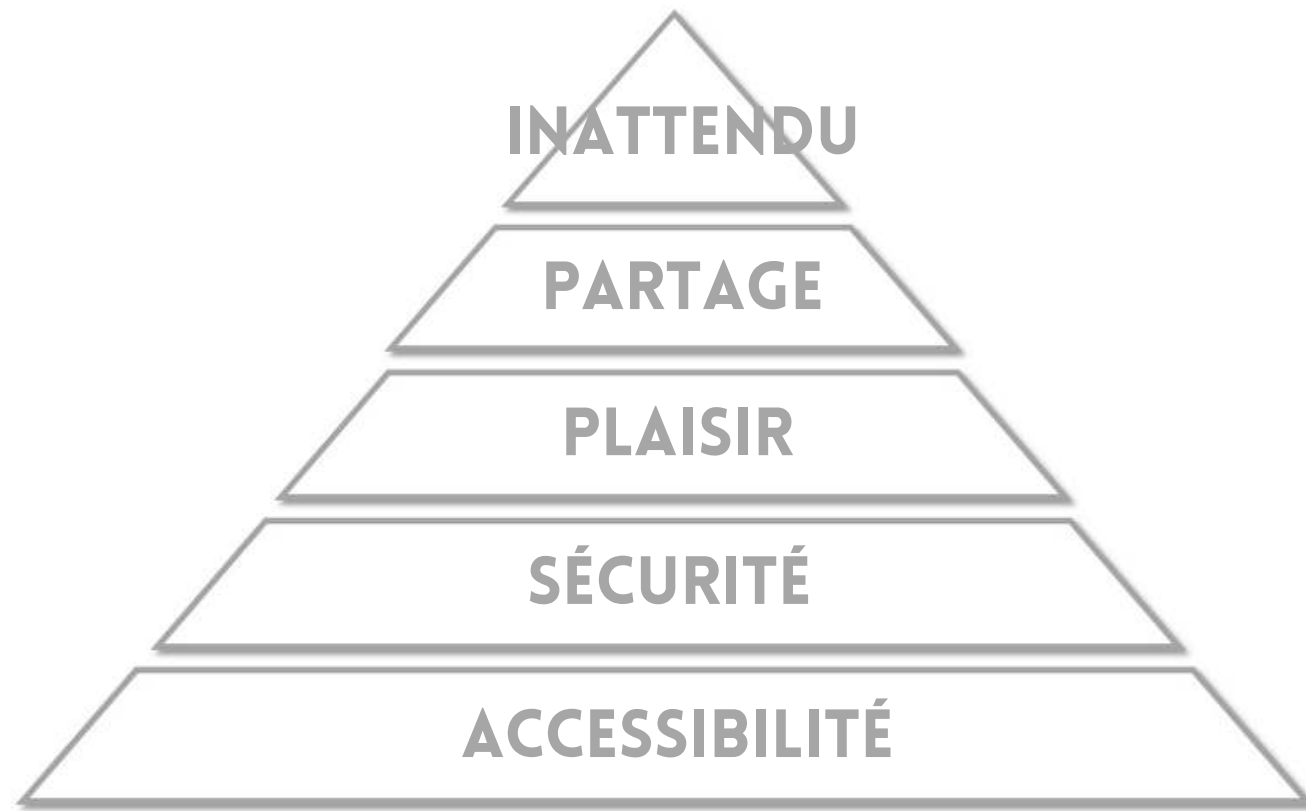
DURÉE

COÛT





**BESOINS
RE-HIÉRARCHISÉS**





**CROISSANCE DU
RESSENTI**



FRAGMENT SUFFISANT



UNIQUE ACCESSIBLE



PONCTUEL EXTENSIBLE

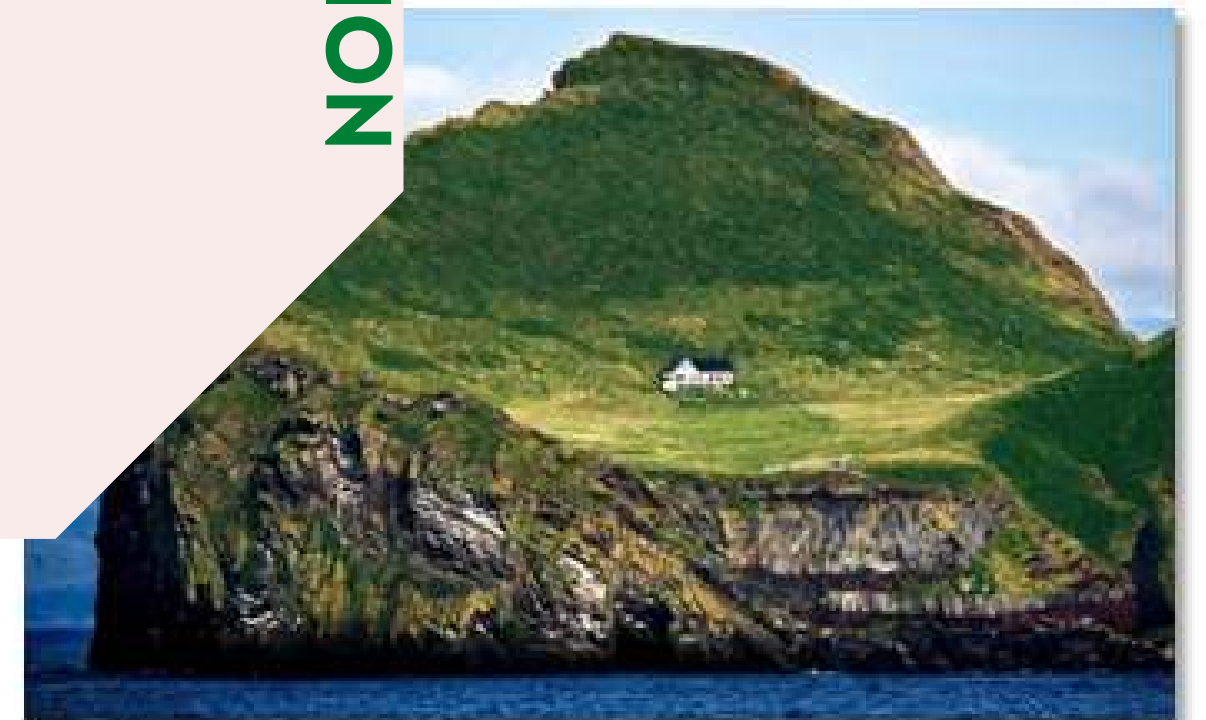
RÉCIT

EXCLUSIVITÉ

RESSENTI

ÉMOTION

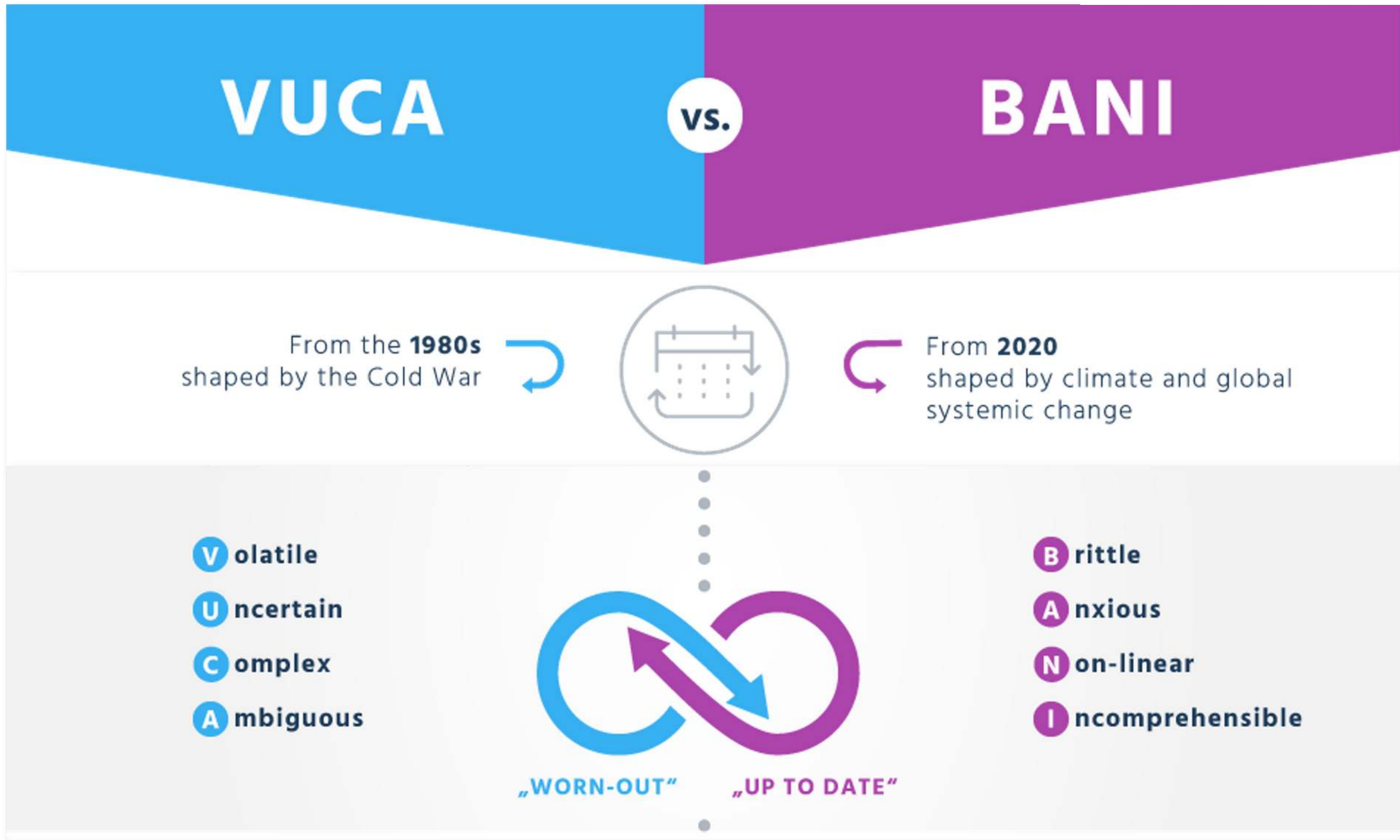
PARTAGE



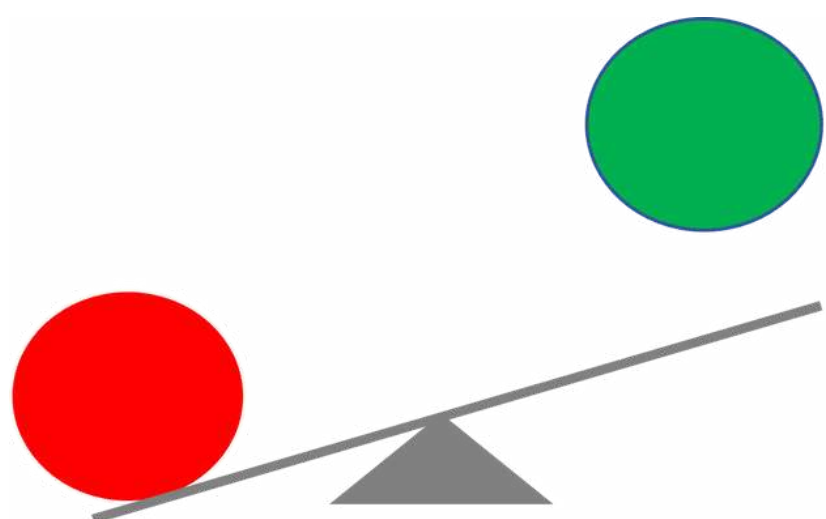
IMPRÉVU RENOUVÉLÉ

LES DÉFIS DE L'INCERTITUDE

© Stephan Grabmeier



LES DÉFIS DE L'INCERTITUDE



+ DE FRAGILITÉ
NÉCESSITE
+ DE RÉSILIENCE

+ D'ANXIÉTÉ
NÉCESSITE
+ D'EMPATHIE

+ NON-LINÉARITÉ
NÉCESSITE
+ D'ADAPTATION

+ D'INCOMPRÉHENSIBILITÉ
NÉCESSITE
+ D'INTUITION

REBOND
INTERNATIONAUX / LOCAUX
MÊMES SITES / USAGES DIFFÉRENTS

BIENVEILLANCE
+ D'ÉCOUTE POUR + D'AJUSTEMENT
+ DE PRÉSENCE POUR + D'ÉCHANGE

BASCULE
FACILITER LES CHANGEMENTS DE PROJET
AU-DELÀ DE L'OFFRE FIXE VERS LE FORFAIT

ANTICIPATION
CONNAÎTRE SON CLIENT MIEUX QUE LUI-MÊME
OUVRIR DES POSSIBILITÉS "CLEFS D'OR"



Avec Apollo Plus, rejoignez la révolution du Tourisme et du Sportainment

2020, l'année de la pandémie

Le monde a changé
Nos certitudes ont été défiées
Nos priorités ont été modifiées
Les attentes de nos clients ont évolué
Il est maintenant temps de

S'ADAPTER **EVOLUER**
PROSPERER



Les questions que nos clients se posent. Chaque cas est différent. L'absence de réponse est pénalisante

- Est-il possible de prédire l'intention et le comportement des visiteurs ?
- Quelle segmentation des visiteurs construire à partir de nombreuses sources ?
- Où et pour quelle offre générer de l'affluence supplémentaire ?
- Quelle est l'élasticité prix et la disponibilité à payer de nos clients ?
- Comment enrichir nos données avec des sources de données Externes (Open Data) pertinentes ?
- Comment pouvons-nous améliorer la connaissance de nos visiteurs ?
- Comment mesurer les effets de nos efforts de marketing et de notre plan de communication ?



**Une modélisation et une optimisation sur mesure basée sur vos données.
Entre 30 et 100 % de nouvelles données créées**

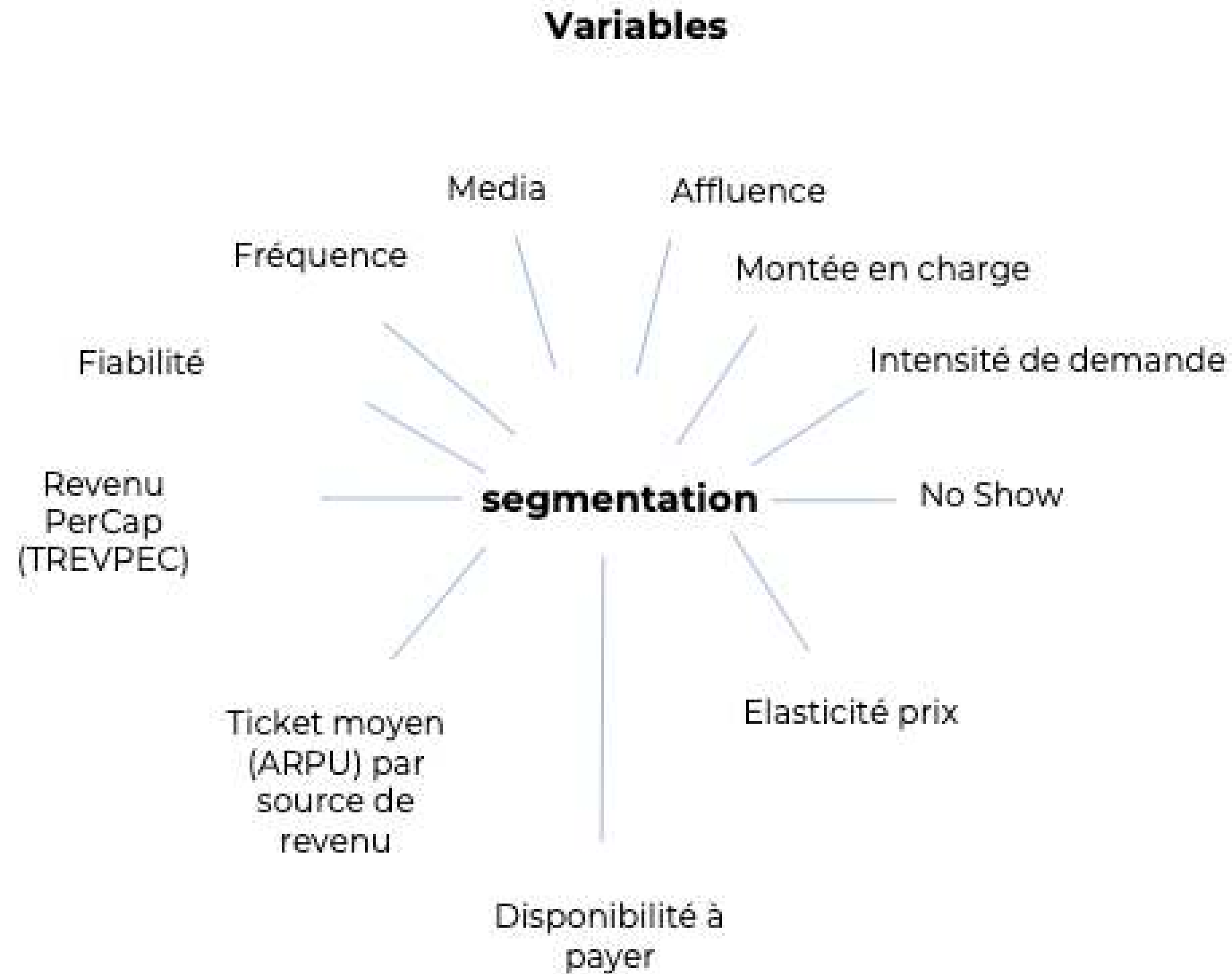
Dossier. / /
Data « First Party » Data enrichie Apollo

Obligatoire - Data Articles / Data Ventas / Data contrôle d'accès /

Facultatif - Data points de vente / Data Evènements / Data Clients



**Le modèle optimisé et de monitoring repose sur n segments.
Une connaissance fine, des objectifs et un suivi individualisé par segment**

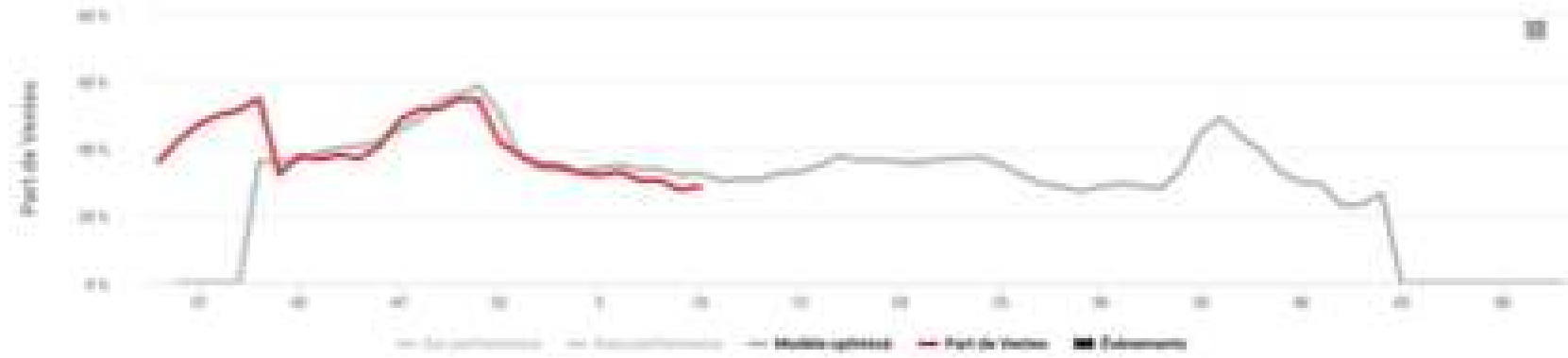




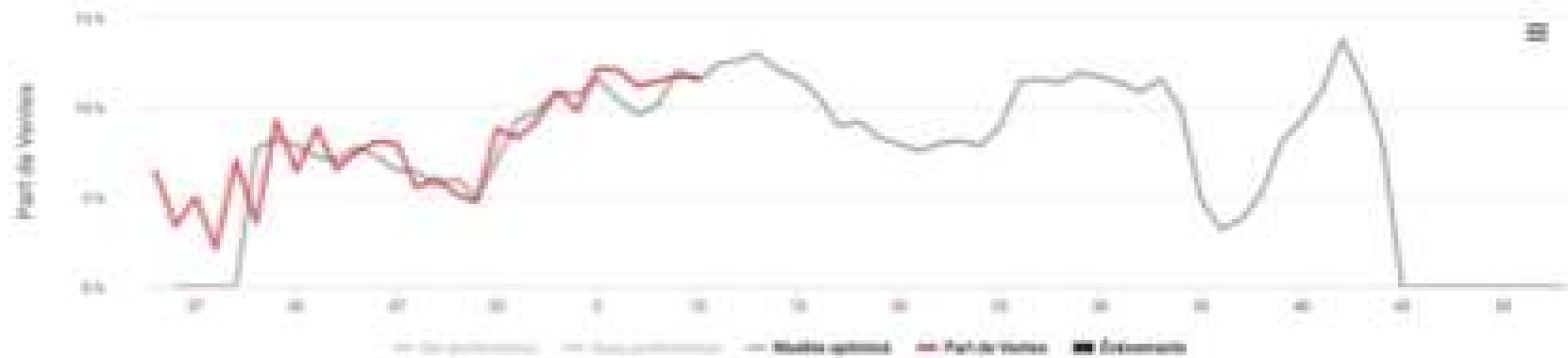
Identifier des modèles et déterminer une demande « normale »

Comportement d'achat

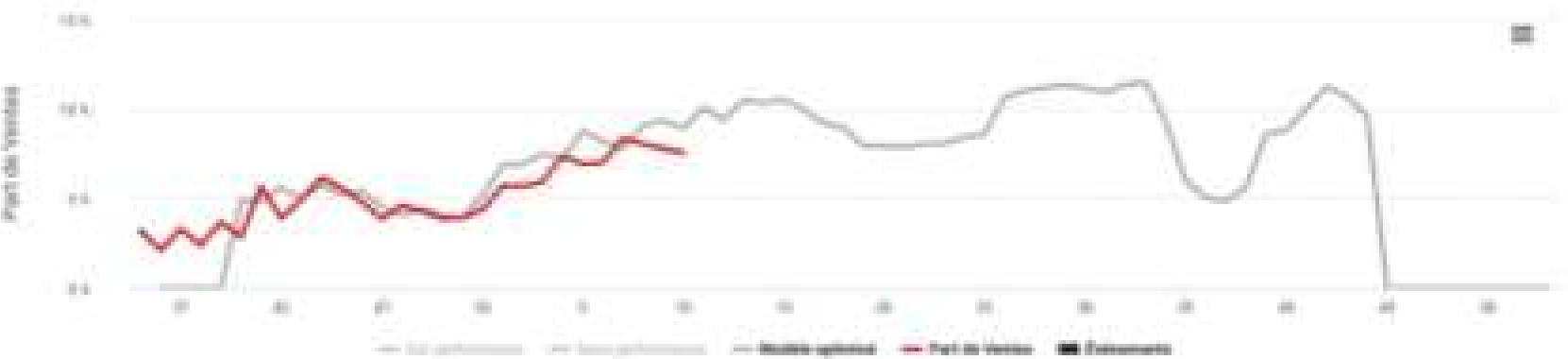
2 Adultes



2 Adultes 2 Enfants

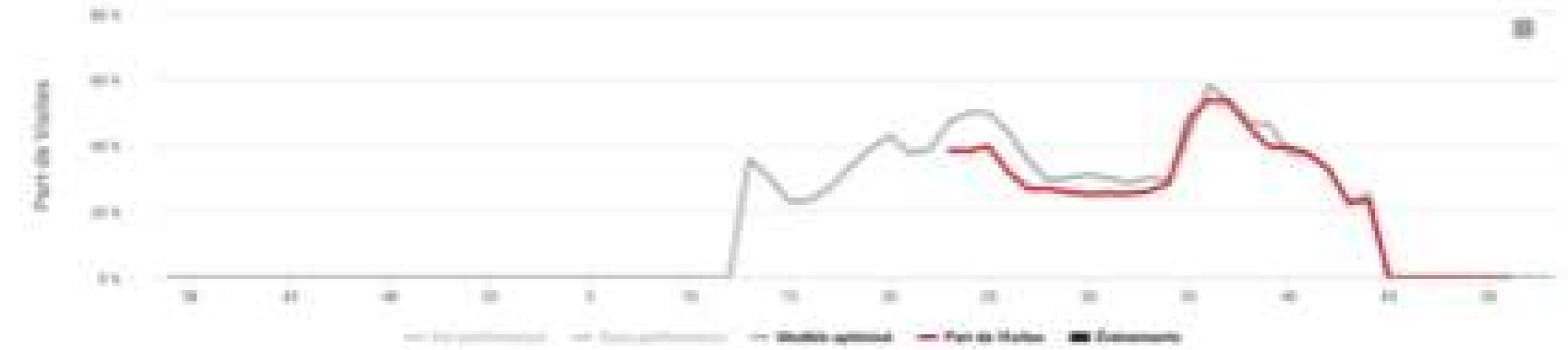


2 Adultes 1 Enfant

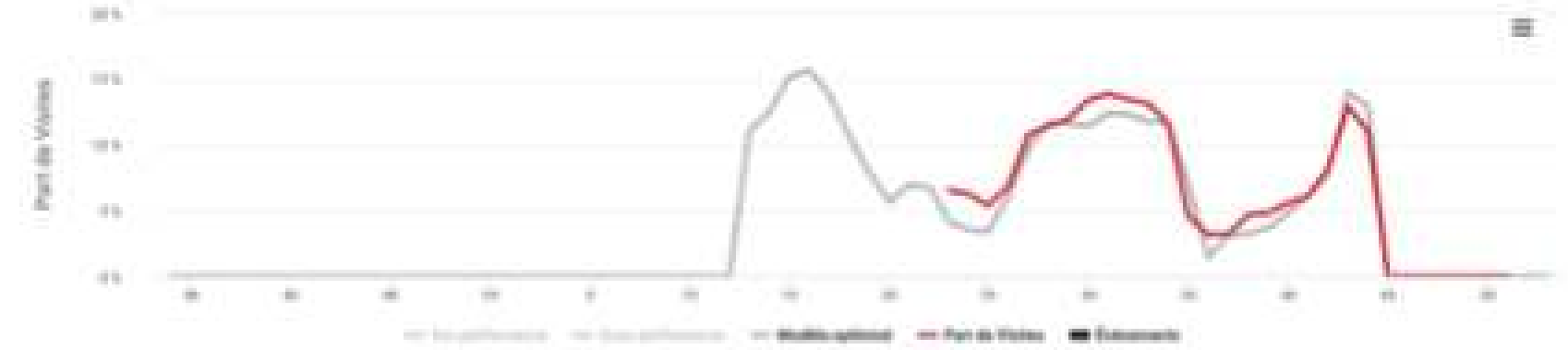


Comportement de visite

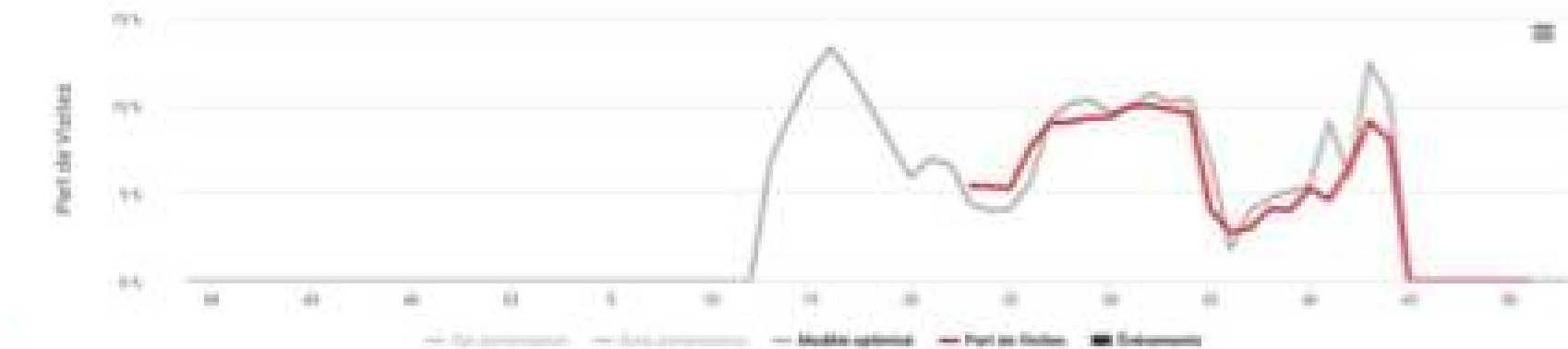
2 Adultes



2 Adultes 2 Enfants



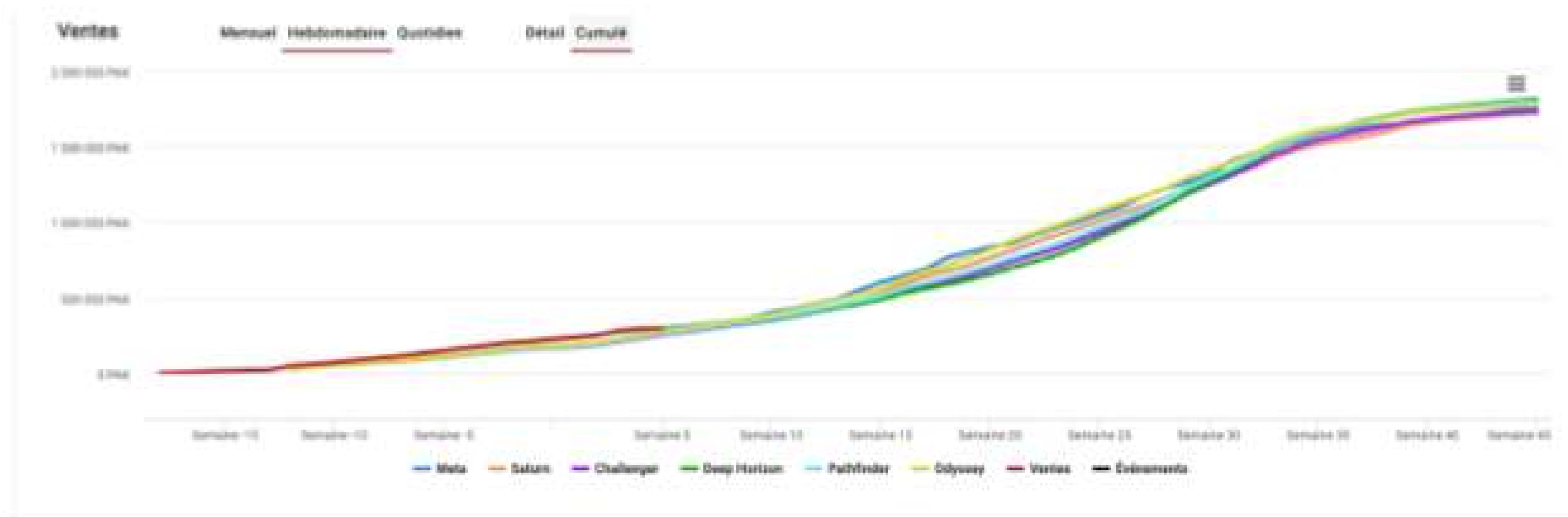
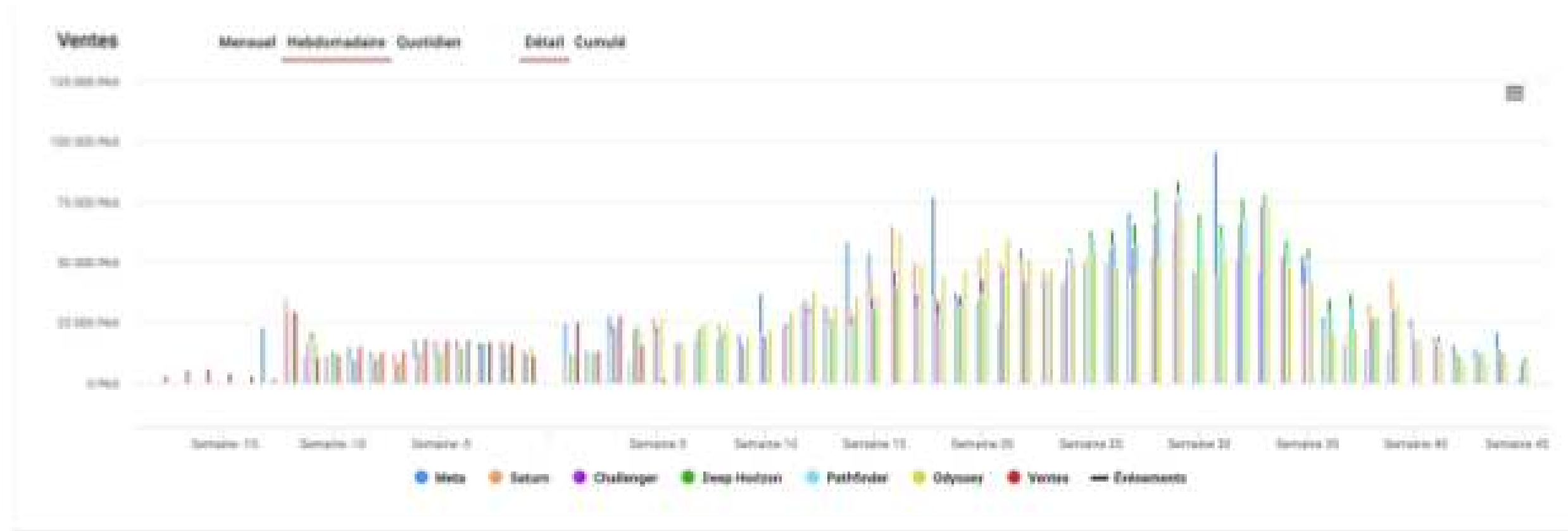
2 Adultes 1 Enfant



- Reproduction interdite



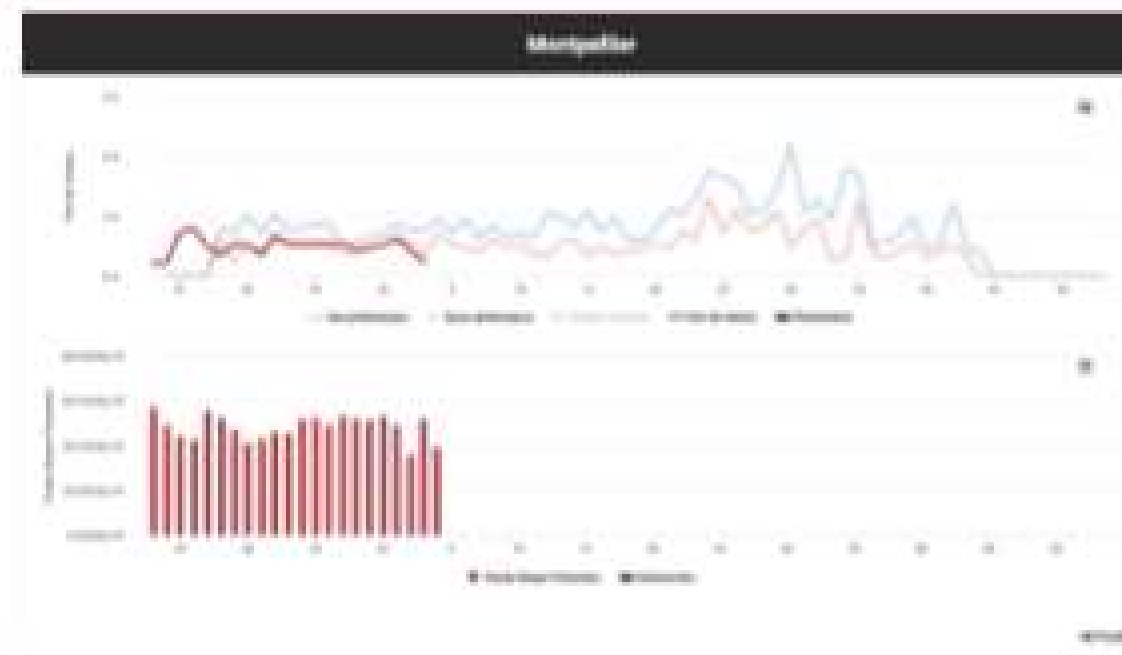
Apollo Plus présente META, l'algorithme de prédiction des ventes pour la saison à venir. META repose sur 5 algorithmes propriétaires de prédiction





La segmentation et les modèles prédictifs de comportements d'achat pour piloter finement la campagne de vente et mesurer l'efficacité le plan d'action marketing

- Premier pilier de la modélisation de la demande, cette fonctionnalité permet le pilotage fin de segments de clients en comparant la réalité des ventes aux modèles prédictifs optimisés :
 - Quels sont les segments de clientèle qui présentent des comportements homogènes, et quelles sont leurs saisonnalités propres ?
 - Si mes ventes augmentent de 20%, est-ce une bonne performance ou un résultat « normal » ?
 - Sur quel segment et avec quel message dois-je cibler une tactique d'activation ?
- A destination du Commercial et du Marketing, cet outil donne une information précise, riche et fiable pour raccourcir la prise de décision: identification d'un problème – hiérarchisation – action correctrice.



Segment	Type	Performance	Budget	Status
Segment 1	Type 1	Performance 1	Budget 1	Status 1
Segment 2	Type 2	Performance 2	Budget 2	Status 2
Segment 3	Type 3	Performance 3	Budget 3	Status 3
Segment 4	Type 4	Performance 4	Budget 4	Status 4
Segment 5	Type 5	Performance 5	Budget 5	Status 5
Segment 6	Type 6	Performance 6	Budget 6	Status 6
Segment 7	Type 7	Performance 7	Budget 7	Status 7
Segment 8	Type 8	Performance 8	Budget 8	Status 8
Segment 9	Type 9	Performance 9	Budget 9	Status 9
Segment 10	Type 10	Performance 10	Budget 10	Status 10



La segmentation et les modèles prédictifs de comportements de visite pour connaître les saisonnalités et le revenu Per cap (TREVPEC)

- Deuxième pilier de la modélisation de la demande, le pilotage segmenté des comportements de visite permet de garder la maîtrise de la conversion du revenu engagé en Chiffre d'Affaires
- Cette analyse segmentée reconstitue notamment le Per Cap / TREVPEC par type de visiteur pour apporter un éclairage inédit sur les dépenses anonymes à l'intérieur du parc
- En appliquant la même séquence que pour les ventes, les différents services peuvent analyser finement la fréquentation et l'ensemble des dépenses



The dashboard displays a table with the following columns: Type, Date, Nombre, Montant, Budget, and Statut. The table contains several rows of data, with some cells highlighted in red and green.

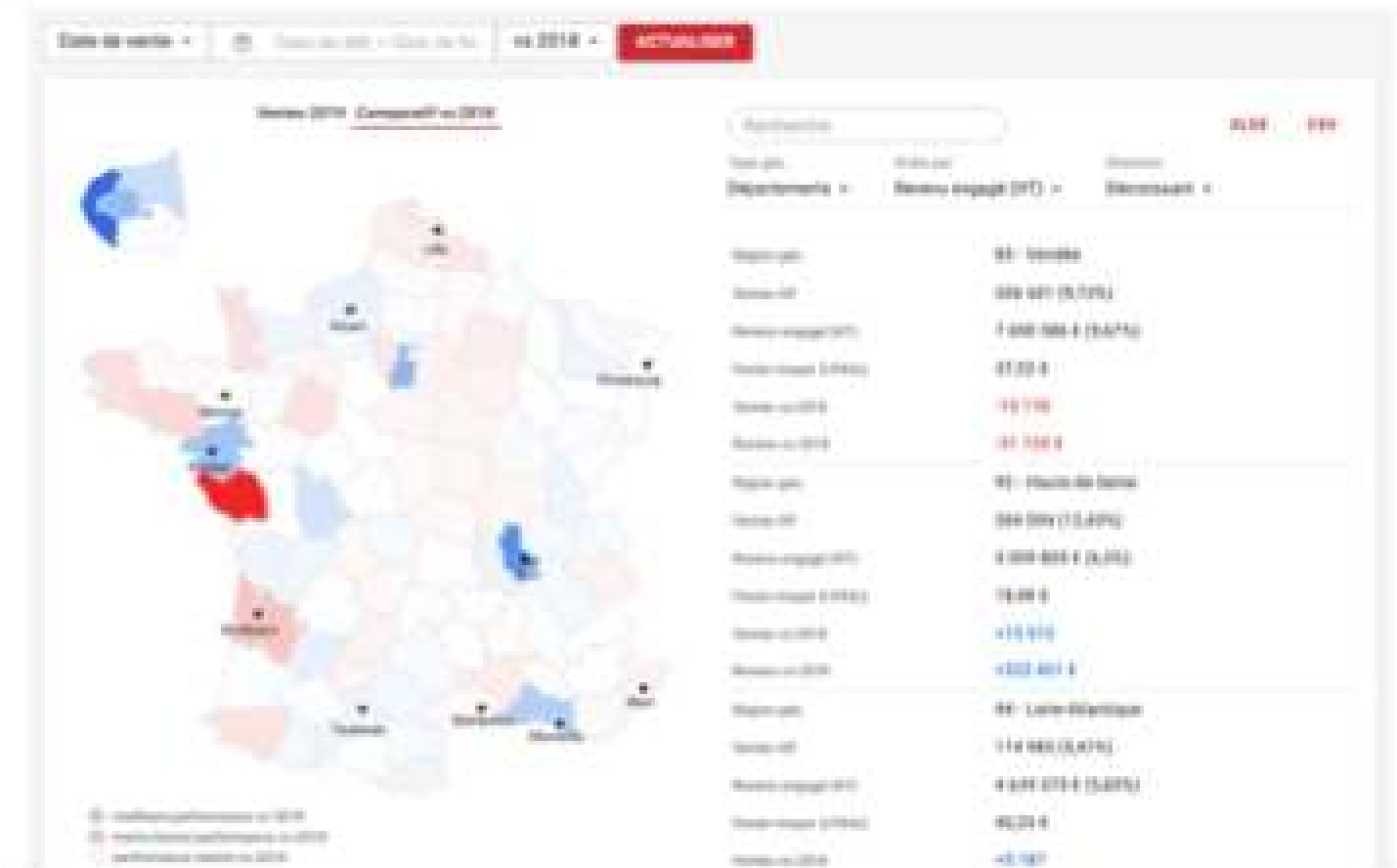
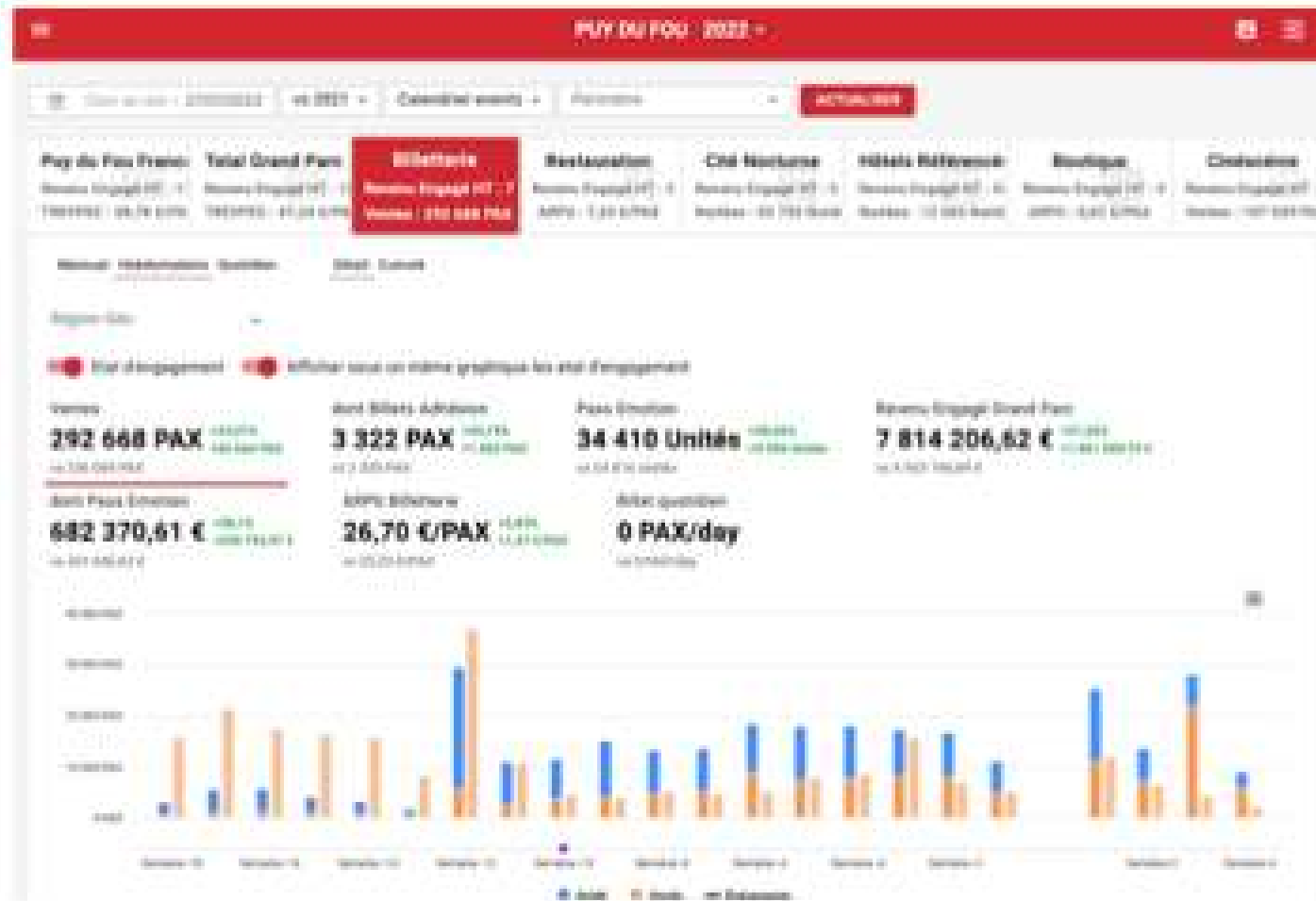
The top navigation bar includes the following information:

- DATE: 2023-01-01
- PERIODE: 12 MOIS
- INDICATEUR: 1,72 par
- INDICATEUR: 10 000 000 €



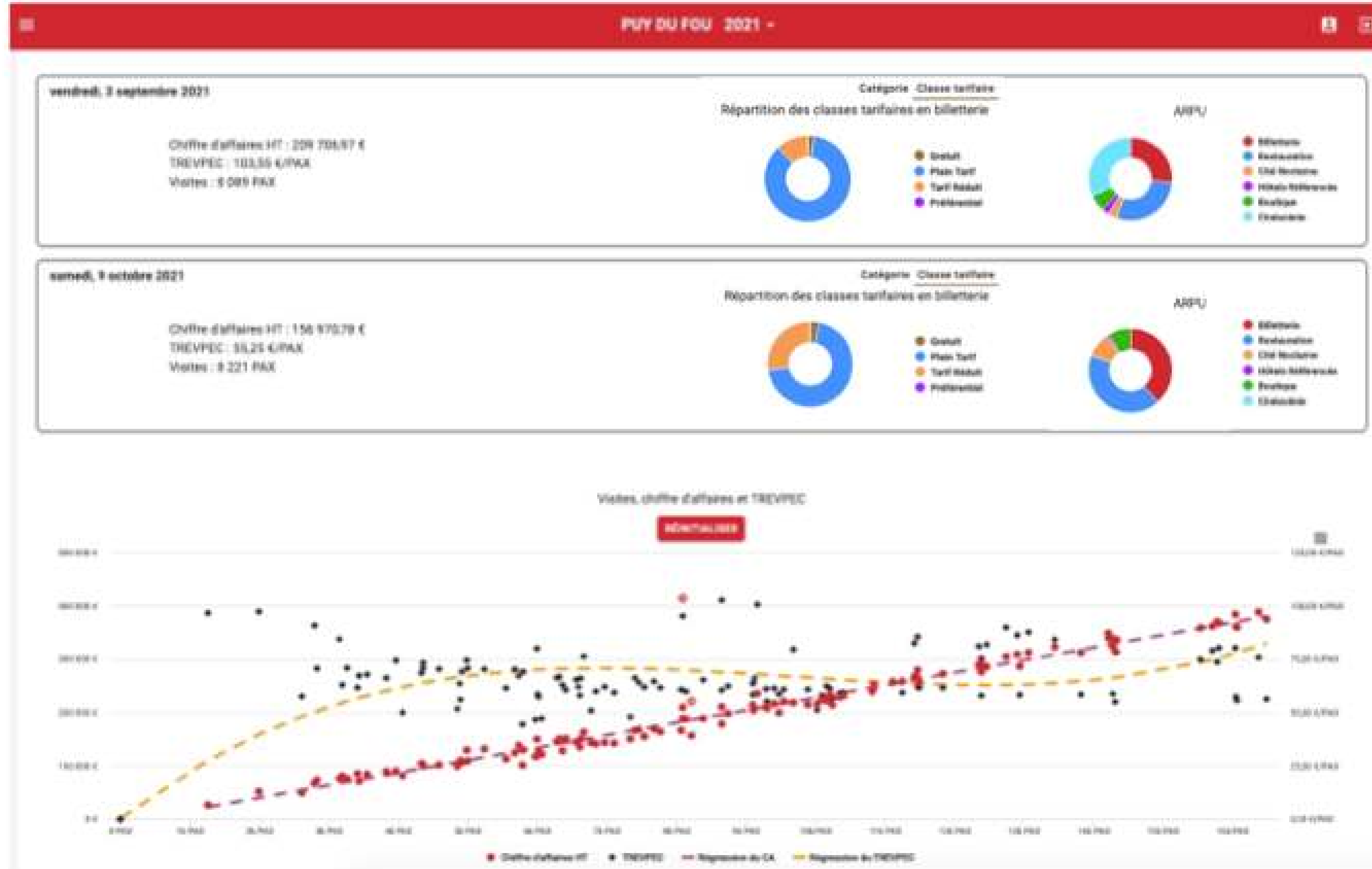
Des fonctionnalités de reporting avancées pour suivre l'activité au quotidien avec des chiffres précis, consolidés, fiables, et partagés

- Grâce à Rocket, l'ensemble des métiers bénéficie d'un outil qui rassemble les mêmes données à jour pour répondre de façon cohérente à de nombreuses questions en quelques clics

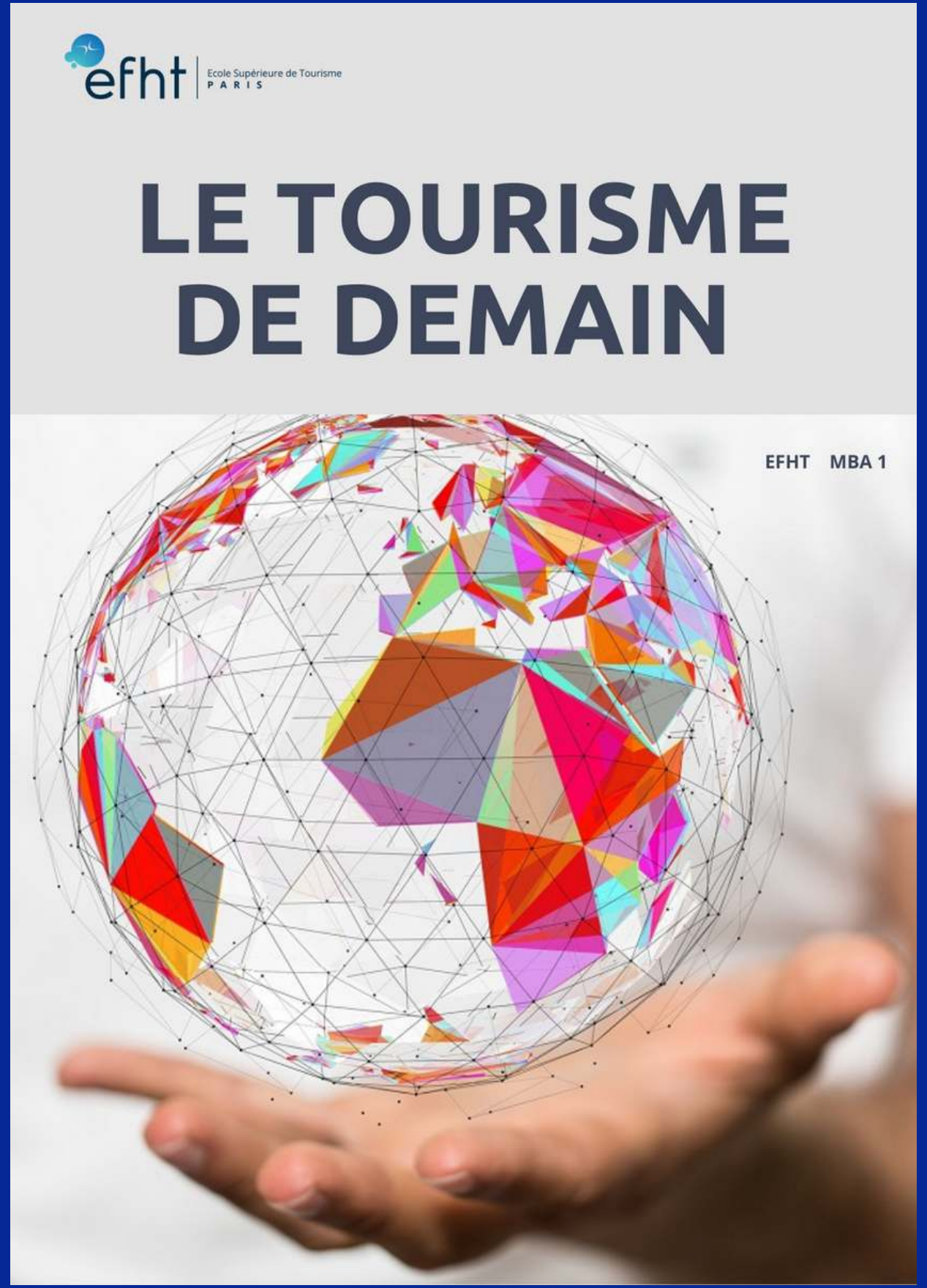




Une puissante fonctionnalité d'analyse par dates permet une mesure objective de l'expérience et des seuils de saturation



Notre projet :



Les tendances et innovations relevées

EFHT MBA 1 tourisme



ÉTHIQUE

La quête de sens des consommateurs.



LOGISTIQUE

Transports, infrastructures...le changement des habitudes de voyage.



NUMÉRIQUE

Allier tourisme et technologie :
bonne ou mauvaise idée ?



le vert réglementé

Costa Rica - **Le Costa Rica « Champion de la Terre »**

Suede - **un «modèle» écologique**

Norvege - **Les protecteurs Norvegiens**



la quête d'authenticité

Les 3M



Conclusion

Enfin...c'etait long hein...



[Accueil](#) / [Actualités](#) / [En Bref](#) / [Rapport 2022 du Giec : une nouvelle alerte face au réchauffement climatique](#)

[En bref](#)


Rapport 2022 du Giec : une nouvelle alerte face au réchauffement climatique

SOCIÉTÉ

Le deuxième volet du sixième rapport d'évaluation du Giec a été publié le 28 février 2022. Le premier volet, en date d'août 2021, concluait que le changement climatique était plus rapide que prévu. Ces derniers travaux s'intéressent aux effets, aux vulnérabilités et aux capacités d'adaptation à la crise climatique.

Par **La Rédaction**

Publié le 1 mars 2022

 3 minutes

