



Panorama de branche
des Agences de Voyages 2007

SOMMAIRE

EDITO	
DELIMITATION DU PERIMETRE DU RAPPORT	
LES 3 ACTIVITES	
LES CHIFFRES CLES DU SECTEUR	
<i>Le chiffre d'affaires</i>	11
<i>L'activité touristique générée par les Tours-Opérateurs</i>	15
<i>Chiffre d'affaires réalisé sur la billetterie aérienne par les agences de voyages</i>	19
<i>Les chiffres clé des croisières maritimes</i>	20
<i>Le chiffre d'affaires lié à la billetterie ferroviaire</i>	21
<i>Le prix des services de voyages</i>	22
<i>Les entreprises du secteur</i>	23
<i>La répartition régionale des établissements</i>	24
<i>Les caractéristiques de la population des agences de voyages</i>	26
<i>Classification des emplois du voyage</i>	28
<i>Les salaires</i>	33
<i>La parité hommes / femmes</i>	34
LA FORMATION	35
LA PLACE DU E-TOURISME PARMIS LES CANAUX DE DISTRIBUTION	41
LES ATTENTES DES CLIENTS ONLINE ET OFFLINE	45
ETAPES D'ELABORATION, TERMINOLOGIE, ET SOURCES DU RAPPORT DE BRANCHE	49

Panorama 2007



EDITORIAL

Madame, Monsieur,

Vous allez prendre connaissance du tout premier rapport de branche du secteur des Métiers du Voyage et du Tourisme.

Nos métiers sont, aujourd'hui plus que jamais, confrontés à de grands enjeux et à des évolutions décisives de leur environnement : le développement de l'e-tourisme, l'impact des questions environnementales, le phénomène grandissant de concentration et la question de l'emploi des jeunes dont dépend l'avenir de nos organisations, sont autant de transformations et facteurs de changement qui motivent une forte mobilisation de notre profession pour faire face à ces évolutions.

Nos activités se sont spécifiées en trois grands domaines (distributeurs, réceptifs et producteurs) ce qui a motivé une nouvelle organisation en vigueur depuis le 1^{er} octobre 2007.

Ces évolutions sont à l'origine d'un plan d'action orienté autour des quatre axes suivants :

- Le développement de notre profession ;
- L'insertion de notre profession et de ses organisations au sein de l'espace européen ;
- Le développement de la représentation de nos instances professionnelles au niveau des régions françaises ;
- Le développement futur de nos activités et de notre profession dans le nouveau contexte créé par le développement durable.

C'est dans cette perspective que le rapport de branche 2007 a été conçu.

Il s'agit d'un outil privilégié pour appréhender au mieux la situation dans laquelle notre profession et chacune de nos entreprises se trouvent. Il révèle aussi le rôle joué par nos entreprises dans la vie économique française.

Des données clés concernant le poids économique de la profession, l'emploi, la formation y sont répertoriées. Sachez par exemple que le secteur des agences de voyages a généré en 2006 plus de 23 milliards d'euros en volume d'affaires. De plus, les indicateurs de conjoncture estiment en 2007 à 7,2% la hausse du chiffre d'affaires des agences distributrices par rapport à celui de 2006.

Cette photographie de notre profession est naturellement dynamique et le travail de recueil et de mise en cohérence de l'ensemble des données est loin d'être achevé. Il se poursuivra encore pendant quelques mois dans le cadre de la mise sur pied d'un observatoire de notre profession qui sera en mesure de nourrir les rapports 2008 et suivants.

Répondant à une obligation légale, le rapport de branche est aussi, et surtout, un outil nous permettant d'accéder à une meilleure connaissance de notre profession, sa réalité économique, la diversité de ses métiers, et le sens de ses évolutions. Cet apport nous aide à mieux faire valoir nos intérêts collectifs et les intérêts de chacune des entreprises de notre profession.

Un grand merci à tous ceux qui ont participé à cette première édition de notre rapport de branche.

Le Président
Georges Colson

Les chiffres clés de la profession

- **Plus de 3 000** entreprises, plus de **5 500** points de vente
- **23 milliards €** de volume d'affaires*
- **38 962** salariés (équivalent temps plein)
- **50%** de moins de 35 ans
- **76%** de femmes

Pour une bonne compréhension du document, vous trouverez à la fin de ce document un index terminologique et méthodologique (voir en page 50). Dans le document, les termes définis figurent en ***gras et en italique***.

* Volume d'affaires : Montant de la facturation globale au client.

DELIMITATION DU PERIMETRE

L'élaboration de cette première version du rapport de branche de notre profession a mis en évidence la question – qui n'est d'ailleurs pas nouvelle – de la délimitation du périmètre de l'étude, et de facto, celle du secteur des agences de voyages.

A cet égard, notre première démarche a consisté à produire une représentation de notre profession à partir des données issues des organismes officiels de statistiques.

Il est ainsi apparu que l'INSEE répertoriait les agences de voyages dans la branche des « services aux particuliers et activités immobilières », et que leur activité était référencée sous le **code NAF 633 Z** de la nomenclature INSEE 1993.

Selon cette nomenclature INSEE, les prestations incluent notamment : la fabrication et la vente de voyages ; la vente de séjours organisés par d'autres entreprises ; la vente de titres de transports, hébergement, restauration, spectacles... ; les services d'information touristique ; les services de guides touristiques.

Cette classification est donc particulièrement problématique **puisqu'elle englobe également les services rendus par les accompagnateurs de groupes, offices de tourisme, syndicats d'initiatives et organismes similaires**. Elle ne permet donc pas d'isoler les données propres aux agences de voyages et aux entreprises relevant de la convention collective nationale des agences de voyages et de tourisme n° 3061.

⇒ L'agrégat proposé par l'INSEE **dépasse donc le cadre stricto sensu** de notre Profession.

Le recours à cette seule présentation ne pouvait donc être satisfaisant compte tenu de notre objectif : offrir la représentation la plus juste de la profession.

Cela nous a ramené à une question à la fois simple et éminemment importante : **comment définir et extraire des données se rapportant exclusivement aux agences de voyages, au sens de ses 3 activités ?** (Distributeurs, Tour-Opérateurs (producteurs), réceptifs)

La licence d'agent de voyages aurait pu être, à ce titre, l'élément discriminant permettant de délimiter notre secteur.

Chacun sait en effet que pour ouvrir une agence, il faut obtenir au préalable une licence d'agent de voyages délivrée par la préfecture du département du lieu d'implantation du siège social ou en région Ile-de-France par la préfecture de la région, et que l'agent de voyages s'engage à se consacrer exclusivement à cette activité.

Faute d'un recensement global national des licences, ce moyen ne permet pas d'établir une photographie exacte de la profession.

⇒ A cet égard, la création d'un **Observatoire de notre profession prend tout son sens** et permettrait de fournir des éléments pertinents de connaissance et d'analyse.

Ce constat nous invite à poursuivre notre collaboration avec les organismes statistiques et les institutions afin d'obtenir une représentation exacte de la profession.

En attendant, nous avons du pallier les manques actuels par le recours à des **enquêtes réalisées sur panels** représentatifs de la profession.

Vous trouverez notamment dans ce rapport une enquête sur les salaires réalisée par le SNAV auprès d'un échantillon d'agences de voyages représentatif de 75% des emplois de ses entreprises adhérentes.

Parallèlement, les sources statistiques (INSEE, DARES, Direction du Tourisme) nous ont permis de mettre en évidence certains traits caractéristiques de notre profession.

Des études ciblées ont permis de compléter ce panorama de branche, à l'instar du rapport CEREQ (Centre d'Etudes et de Recherches sur les Qualifications) sur les certifications du tourisme.

Le présent rapport est aussi étayé de **données ciblées**, très précises portant notamment sur une branche d'activité de la profession (exemple : données annuelles du CETO concernant les Tour-opérateurs membres du cercle d'études), ou sur une thématique particulière (billetterie aérienne, etc.).

L'ensemble des données qui vont suivre – vous l'aurez compris - sont le fruit d'un travail de collaboration à la fois entre des acteurs institutionnels et divers membres et organismes de la profession.

REMERCIEMENTS

Nous remercions particulièrement :

❖ L'APS (Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme) en la personne de son président Bernard Didelot, et son secrétaire général Emmanuel Toromanof, pour les données qu'ils nous ont fournies sur les agences de voyages,

❖ Les présidents de réseaux pour leurs témoignages sur la Profession et leur collaboration, et tout particulièrement Michel Jouanot, Vice-président du réseau TourCom, pour son regard avisé sur notre étude, Isabelle Cordier Archer directrice de Carrefour Vacances pour sa participation active à nos travaux, ainsi que Jean-Pierre Mas Président du réseau AFAT Voyages,

❖ Nos interlocuteurs auprès de l'INSEE - Xavier Niel, chef de la division services – et, de la Direction du Tourisme - Frédéric Tardieu, chef du bureau des études, des statistiques et des comptes économiques avec qui nous espérons continuer à préciser, mettre en cohérence et pérenniser ces données.

❖ Et tous les acteurs de la Profession et les organismes qui ont participé à ce rapport – CETO, COE-REXECODE (en la personne de Jacques Anas), France Ferries & croisières / ECC (European Cruise Council), I.A.T.A (International Air Transport Association), SNCF, Union des Offices de Tourisme.

❖ Ainsi que tous les collaborateurs du SNAV qui ont participé à l'élaboration de ce rapport.

LES 3 ACTIVITES

Distributeurs

⇒ Définition :

- Les **distributeurs** fournissent aux consommateurs les conseils, l'expertise, la garantie et la vente de billetterie, d'hébergements, de locations de voitures, de forfaits et de voyages à la carte dans les agences de voyages ou via leur site internet.
- Marché à l'émission (vers la France et étranger)

⇒ Structuration des acteurs :

- Des réseaux (volontaires, industriels)
- Des indépendants (non affiliés)
- Des agences on-line
- Grande distribution (grandes surfaces alimentaires, grandes surfaces spécialisées)

Réceptifs

⇒ Définition :

- Les **Réceptifs** accueillent et prennent en charge les visiteurs sur le territoire national. Ils conçoivent des produits touristiques, excursions ou séjours, pour l'accueil des clients des agences de voyages françaises et étrangères.
- Ils participent à la mise en valeur du patrimoine et de l'image de la France.

⇒ Structuration des acteurs :

- Excursionnistes
- Spécialistes Loisirs
- Spécialistes Affaires

Tour-Opérateurs (TO) (producteurs)

⇒ Définition :

- Les **Tour Opérateurs (TO)** – (producteurs) imaginent et élaborent les voyages, du simple vol au forfait (circuits, séjours ou toute autre prestation complémentaire, en groupe, accompagné, ou en individuel. Les T-O proposent ensuite ces forfaits aux consommateurs par l'intermédiaire des « Distributeurs » ou en direct.

Pour construire ses voyages, le tour opérateur fait appel à des hôtels et à des compagnies aériennes et à de nombreux autres prestataires (guide, animateur...).

- Marché à l'émission (vers la France et étranger)

⇒ Structuration des acteurs :

- Des généralistes
- Des spécialistes

Tendance à la multi-activité :

Les T-O maîtrisent aussi tout ou partie de la distribution de leurs produits ; les distributeurs peuvent également construire des voyages sur mesure à la demande du client. Enfin, certains réceptifs font de la production régulière.

LES CHIFFRES CLES DU SECTEUR

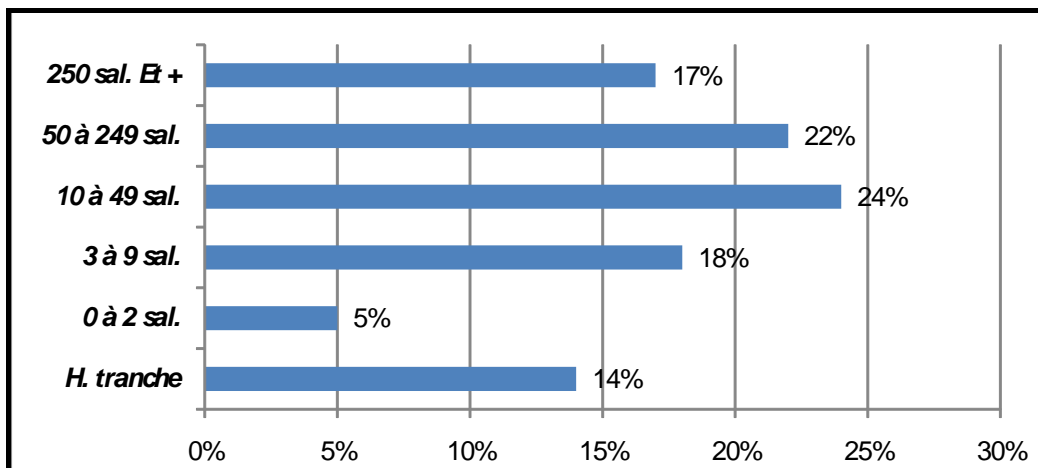
■ LE VOLUME D’AFFAIRES

Les agences de voyages réalisent un volume d’affaires de plus de **23 milliards** d’euros. (Estimation 2006 – source APS : Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme)

■ INDICATEUR DE CONJONCTURE DES AGENCES DE VOYAGE DISTRIBUTRICES

Distribution du chiffre d’affaires

Les entreprises de moins de 10 salariés réalisent 37 % du chiffre d’affaires global, tandis que les entreprises de 250 salariés et plus (qui représentent moins d’1% des entreprises) réalisent 17% du chiffre d’affaires global.

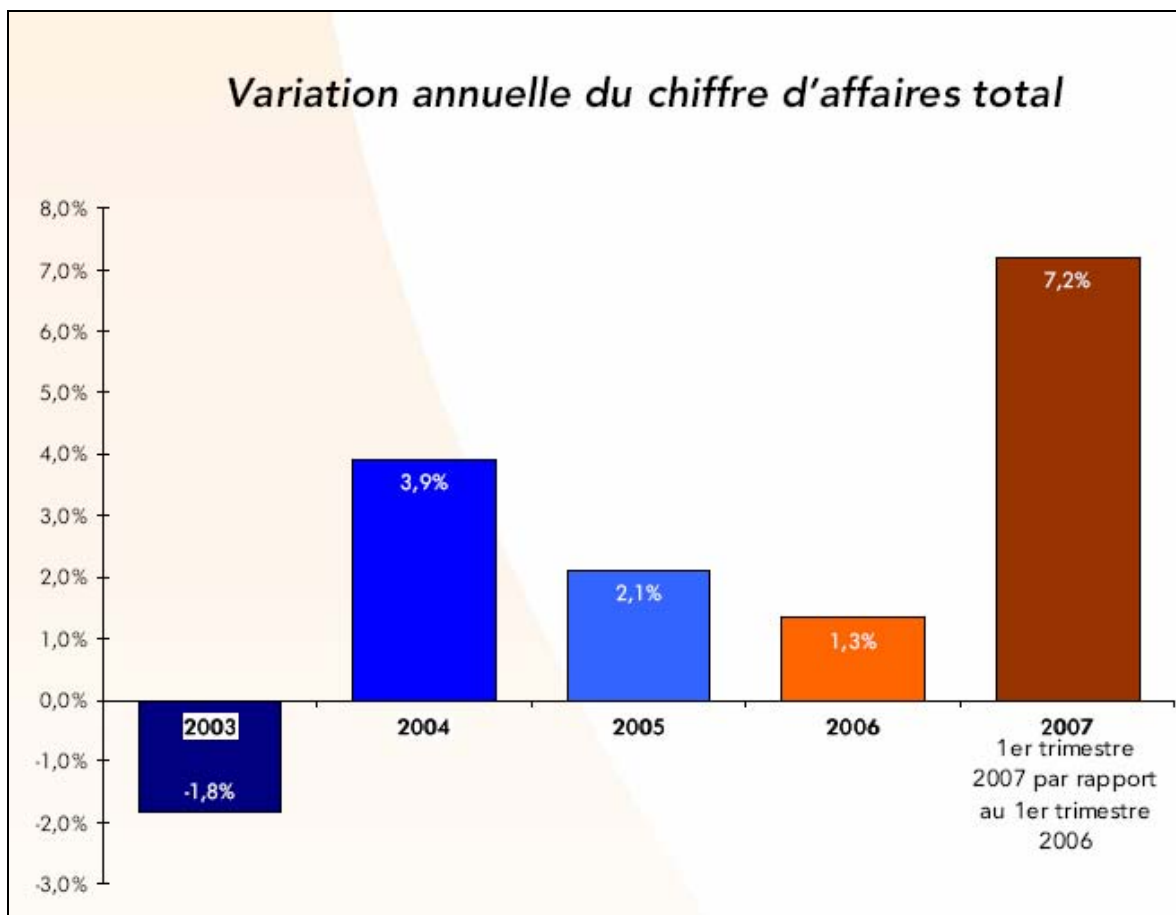


Source : ENQUETE ANNUELLE D’ENTREPRISE SERVICES exercice 2005

Entre l’année 2004 et l’année 2005, le chiffre d’affaires global des agences de voyages a progressé de **+4,08 %** (source : Enquête Annuelle d’Entreprise Services 2004 et 2005).

Analyse en valeur

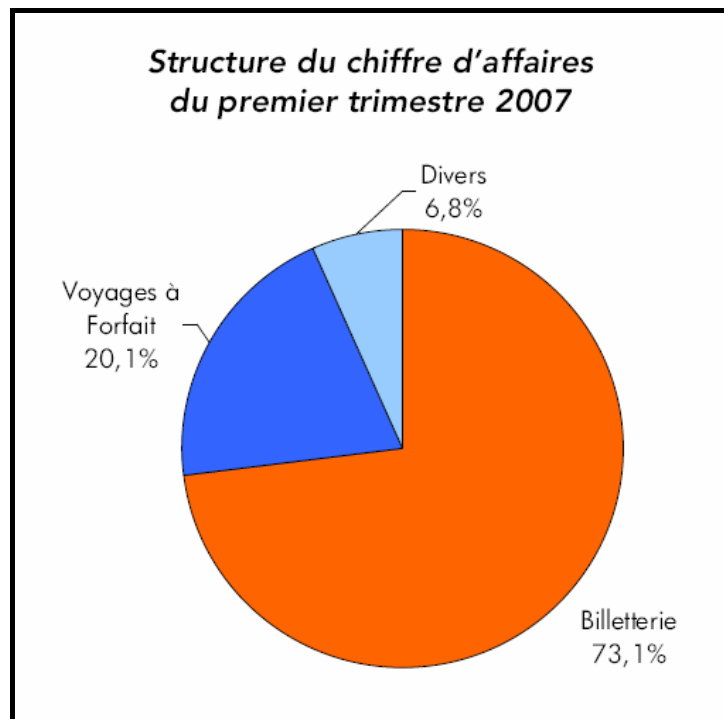
D'après la dernière enquête Coe-Rexecode/SNAV de mars 2007, les agences distributrices de voyages affichent, à la fin du premier trimestre 2007, une augmentation de leur chiffre d'affaires total cumulé de **+7,2%** par rapport au premier trimestre 2006.



Source : Coe-rexecode mars 2007

- **STRUCTURE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES AGENCES DISTRIBUTRICES DE VOYAGE**

La billetterie représente une part prépondérante du chiffre d'affaires des agences de voyages distributrices (**73,1%**).



Source : Indicateur agences de voyages – Coe-Rexecode

- **INDICATEUR DE CONJONCTURE DES AGENCES DE VOYAGES
DISTRIBUTRICES (SUITE)**

Analyse en valeur :



A l'issue du 1^{er} trimestre 2007, le chiffre d'affaires de la billetterie augmente de **+ 3,1 %** par rapport au 1^{er} trimestre 2006.

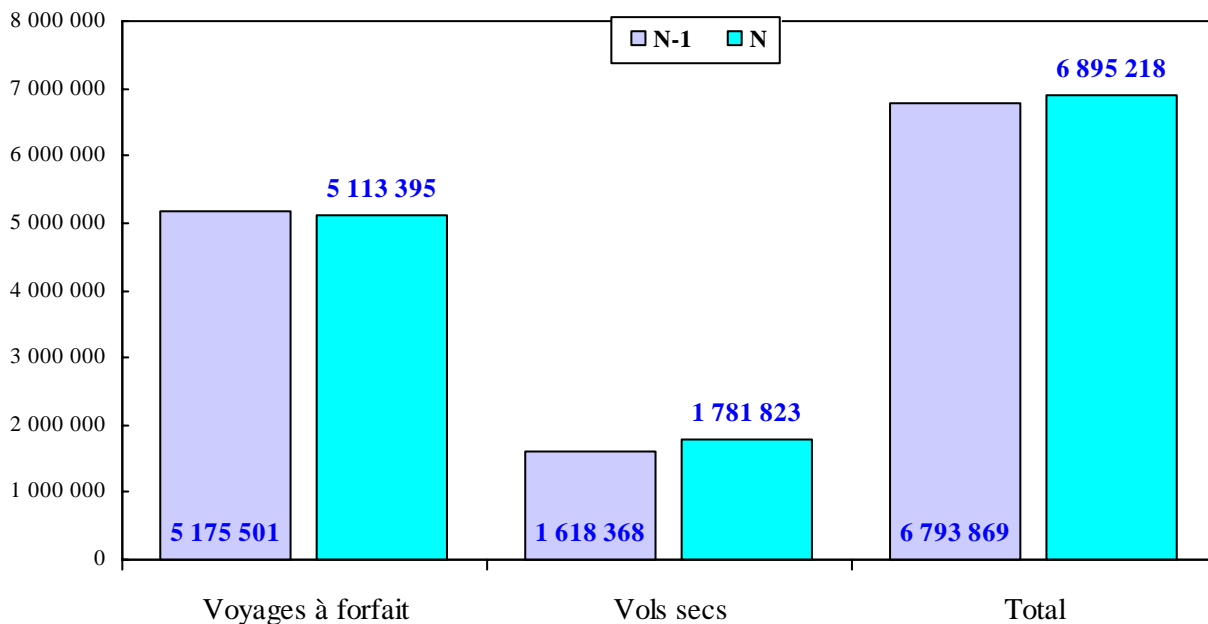
Mais c'est surtout le secteur des voyages à forfait qui poursuit la forte progression déjà observée avec **+ 7 %** sur la même période.

Source : Indicateur agences de voyages – Coe-Rexecode – Mars 2007

■ L'ACTIVITE TOURISTIQUE GENEREE PAR LES TOURS OPERATEURS MEMBRES DU CETO

• ACTIVITE GLOBALE – TRAFIC

Au global, sur la période du 1/11/2005 au 31/10/2006, les Tours-Opérateurs ont fait voyager **6 895 218 clients** soit une progression de **+1,5%** par rapport à la même période de l'exercice précédent.

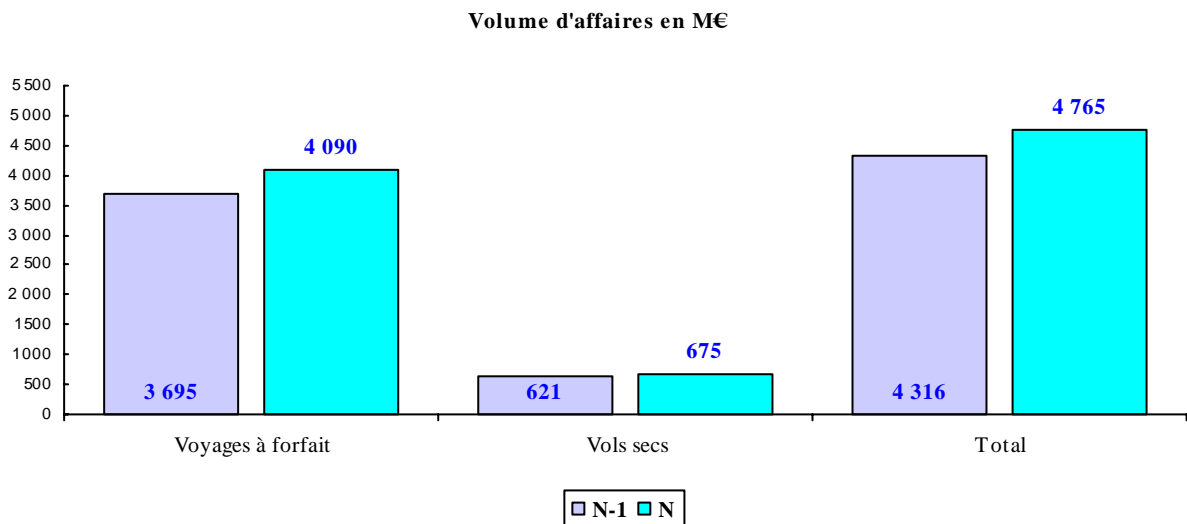


Source : CETO - Baromètre annuel du 1/11/2005 au 31/10/2006

Le nombre de clients en voyages à forfait a été de **5 113 395** (soit une baisse de 1,2%)

Le nombre de clients en vols secs a été de **1 781 823** (soit une progression de +10,1%).

- **RECETTES UNITAIRES**



Source : CETO - Baromètre annuel du 1/11/2005 au 31/10/2006

La recette unitaire moyenne des voyages à forfait a été de 800 € (+4,7%) et le volume d'affaires de 4 089 M€ (+3,4%).

La recette unitaire moyenne des vols secs a été de 379 € (-2,0%) et le volume d'affaires de 675 M€ (+7,9%).

Au global sur la période du 1/11/2005 au 31/10/2006, la recette unitaire moyenne s'est établie (voyages à forfait et vols secs) à 691 € soit une hausse de **+2,5%** par rapport à N-1.

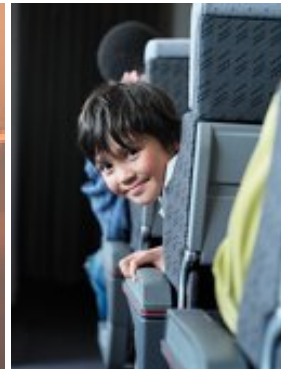
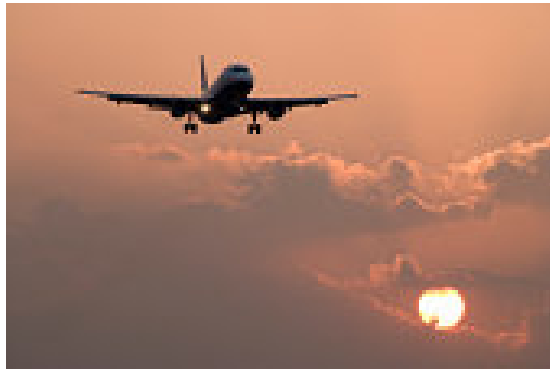
Le volume d'affaires de la période s'établit à 4 765 M€ en hausse de **+4,0%** par rapport à N-1.

- REPARTITION PAR ZONE

Activité globale – du 1/11/2005 au 31/10/2006 - répartition par zone :

	Nombre de passagers	Part dans total	Evolution N/N-1		
			Total	Dont vols secs	Dont voyages à forfait
France	1 567 269	22,7%	+6,8%	+27,8 %	+3,7 %
Moyen Courrier	3 818 653	55,4%	+0,5%	+14,8 %	-3,8 %
Long Courrier	1 509 296	21,9%	-1,2%	-3,2 %	-0,1%
Total Etranger	5 327 949	77,3%	0,0%	+7,8%	-2,8%
Total Général	6 895 218		+1,5%	+10,1 %	-1,2%

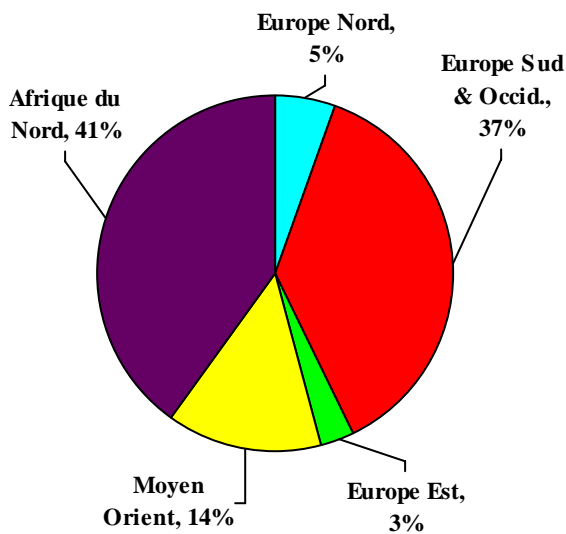
L'activité **France** progresse de + 6,8% sur l'année. En revanche l'activité « Long courrier » enregistre une baisse de **-1,2%**.



• **VOYAGES A FORFAIT MOYEN ET LONG COURRIER**

Voyages à forfait – **du 1/11/2005 au 31/10/2006** –

1) L'activité moyen courrier



L'Afrique du Nord (41% du trafic moyen courrier) est en hausse de +8,8%.

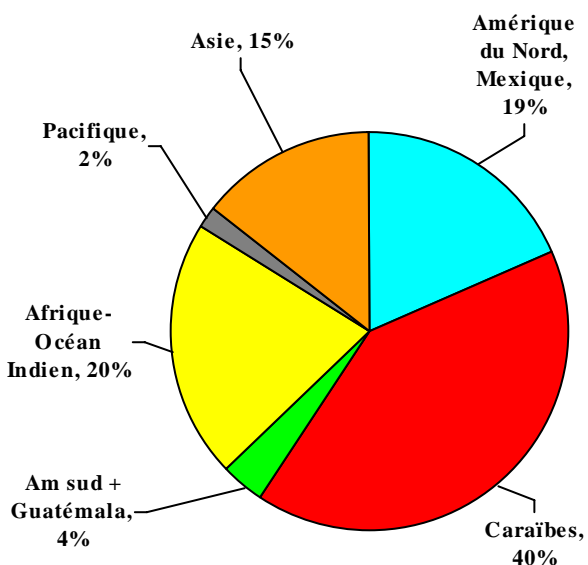
L'Europe du Sud et Occidentale (37% du trafic moyen courrier) est en baisse de 2,8%.

Le Moyen Orient (14% du trafic moyen courrier) est en baisse de -30,6%.

L'Europe du Nord, (5% du trafic moyen courrier) est en baisse de -0,1 %.

L'Europe de l'Est (3% du trafic moyen courrier) est en baisse de -9,7 %.

2) L'activité long courrier



Les Caraïbes (40% du trafic long courrier) sont en progression de +6,9%.

L'Amérique du Nord et le Mexique (19% du trafic long courrier) sont en baisse de -12,8 %.

L'Afrique et l'Océan Indien (20% du trafic long courrier) sont en baisse de -6,3 % (l'Afrique est en hausse +17,3% alors que l'Océan Indien est en baisse de -33,2%).

L'Asie (15% du trafic long courrier) est en progression de 11,8%.

L'Amérique du Sud et le Guatemala (4% du trafic long courrier) sont en baisse de -3,9 %.

Le Pacifique (2% du trafic long courrier) est en baisse de -0,4 %.

■ CHIFFRE D'AFFAIRES REALISE SUR LA BILLETTERIE AERIENNE (STATISTIQUES BSP*) PAR LES AGENCES DE VOYAGES

Source : fichier établi à partir des données transmises par la *I.A.T.A* (International Air Transport Association)

Le chiffre d'affaires lié à la vente de billetterie pour le compte des compagnies aériennes* s'élevait **en cumul** à la fin 2006 à plus de **7 milliards €**.

Le chiffre d'affaires **cumulé** de janvier à juillet 2007 s'élève à **4,8 milliards €**, soit une augmentation de **+5,26%** par rapport au chiffre d'affaires cumulé de la période janvier à juillet 2006.

*BSP : Bank Settlement Plan (Plan de règlement bancaire) : Compensation financière entre les agences de voyages et les compagnies aériennes et gestion des stocks des agences de voyages.

*S'entend des compagnies aériennes agréées *IATA* (hors compagnies low cost et non régulières affrétées)

■ LES CHIFFRES CLES DES CROISIÈRES MARITIMES*



- SOURCE : FRANCE FERRIES & CROISIÈRES / ECC (European Cruise Council)

En 2006 **242 000 passagers** français sont partis en croisière, soit 4% de plus que l'an passé.

Passengers (000s)	2003	2004	2005	2006	% change 2005-2006
UK	964	1,029	1,071	1,204	12
Germany	537	583	639	705	10
Italy	346	400	514	517	1
Spain	307	300	379	391	3
France	212	222	233	242	4
Benelux	42	41	42	64	54
Scandinavia	54	56	42	62	47
Switzerland	47	50	51	56	10
Austria	35	38	39	44	14
Portugal	14	14	15	18	21
Other	113	101	102	105	3
Total	2,671	2,835	3,126	3,409	9

Source: ECC/IRN Research

Les croisières maritimes en France ont généré en 2006 un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros. Les commissions des agences de voyages ont représenté plus de **30 millions €**.

* Ces chiffres s'entendent hors croisières fluviales et hors ferries

■ LE CHIFFRE D'AFFAIRES LIÉ À LA BILLETTERIE FERROVIAIRE

Sur la période de janvier à août 2007, le chiffre d'affaires facturé par les agences de voyages pour la vente de billetterie SNCF s'élevait à

685 207 606 €, (contre 628 620 047 € sur la même période en 2006) soit **+ 9%** par rapport à la même période en 2006.

Le chiffre d'affaires à fin 2006 s'élevait ainsi à près
d'1 milliard €.

A titre indicatif, le prix moyen du billet est de **62 €** en 2007.

Le canal de distribution des agences de voyages représente
18,3% du chiffre d'affaires de la SNCF.

■ LE PRIX DES SERVICES DE VOYAGES

En 2005, la hausse des prix des biens et des services « tourisme » est supérieure de 0,5 point à la hausse moyenne de l'ensemble des biens et des services. La hausse des prix dans le domaine des voyages organisés est nettement plus forte: **+3,3%**.

Variation en moyennes annuelles des prix (en %)

	2001/2000	2002/2001	2003/2002	2004/2003	2005/2004
Ensemble de l'économie	1,7	1,9	2,1	2,1	1,8
Hôtels + Pensions	3,9	4,9	4,1	3,9	3,2
Hébergements de vacances	3,4	5,3	-1,5	2,4	1,7
Voyages organisés	6,1	2,9	0,4	1,8	3,3
Restaurants + cafés	2,4	4,3	2,5	1,9	3,3
Produits alimentaires	5,8	2,8	2,2	0,4	0,3
Services de transports	3,1	2,4	3,5	1,1	1,3
Utilisation de véhicule	-0,7	0,8	2,5	4,9	6,8
Loisirs, culture	0,4	0,4	-0,5	-0,5	-1,0
Moyenne du tourisme	3,1	3,1	1,9	2,0	2,3

Source : INSEE (indice des prix à la consommation – France métropolitaine).

Source : les comptes du tourisme 2005 – Rapport présenté à la commission des Comptes du Tourisme – Mai 2006

Les prix sont mesurés par les composantes correspondant à sept postes de l'indice des prix à la consommation de l'INSEE qui correspondent aux principales dépenses touristiques.

■ LES ENTREPRISES DU SECTEUR

Le secteur des agences de voyages occupe **40 188** personnes dont 38 962 salariés équivalent temps plein

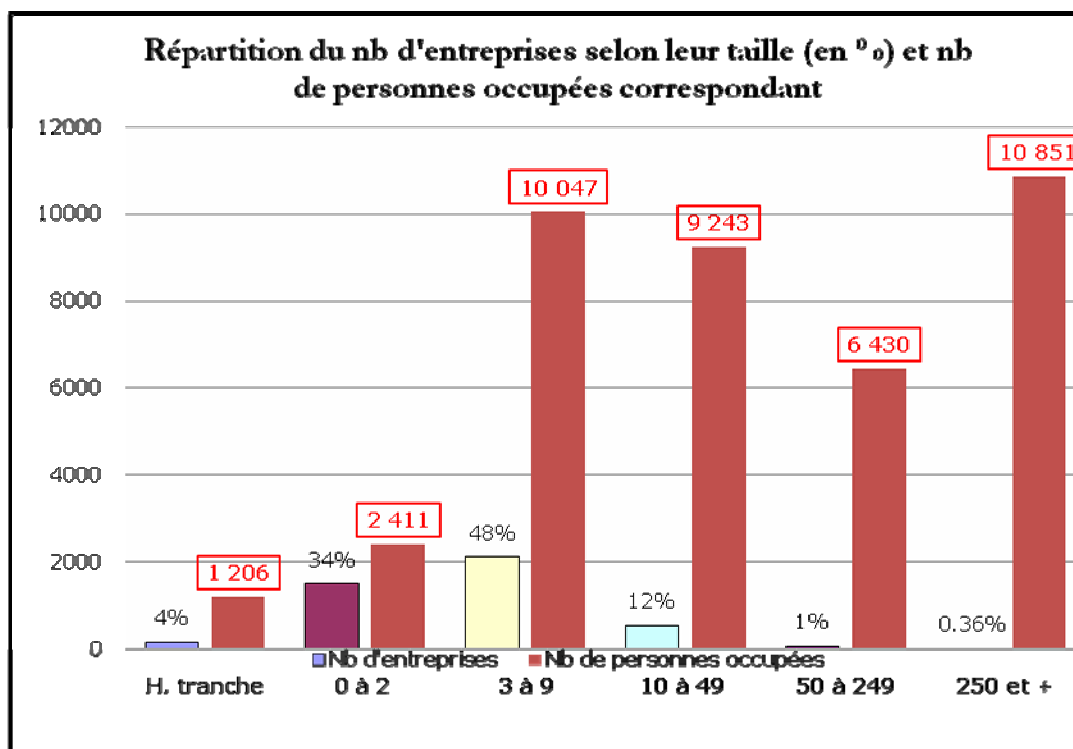
(*Personnes occupées* : somme des effectifs salariés annuels y.c apprentis, stagiaires rémunérés, et non salariés, calculés en équivalent temps plein).



Voir terminologie page 50

87% des entreprises ont moins de 10 salariés.

Cependant, les entreprises de plus de 250 salariés font travailler plus du quart des personnes occupées (27%) même si elles ne représentent que 0,36% du nombre total d'entreprises.



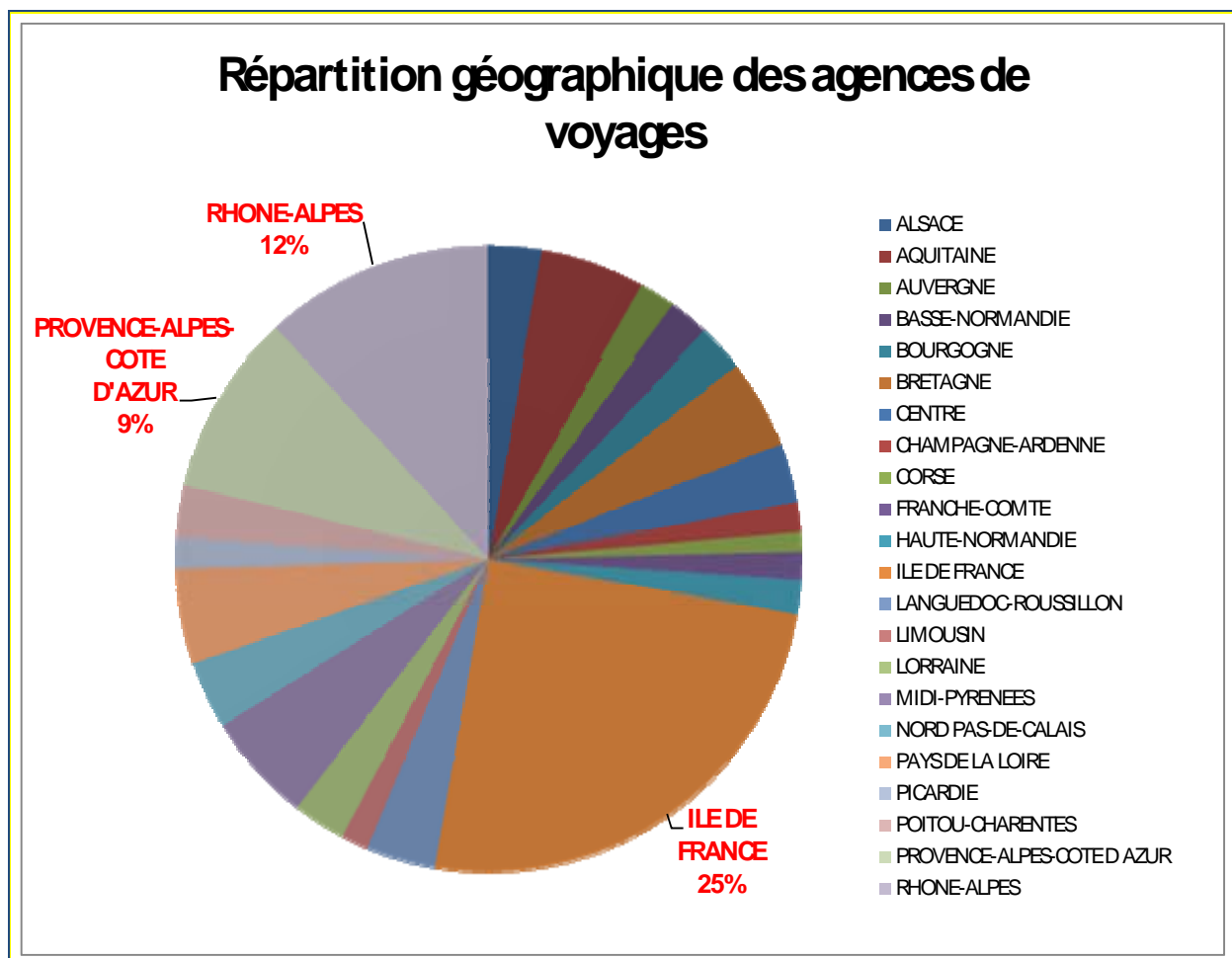
Source : Enquête annuelle d'entreprise Services –Exercice 2005

■ LA REPARTITION REGIONALE DES ETABLISSEMENTS

Les établissements (attention : une entreprise peut avoir plusieurs établissements) sont principalement répartis entre les trois régions suivantes :



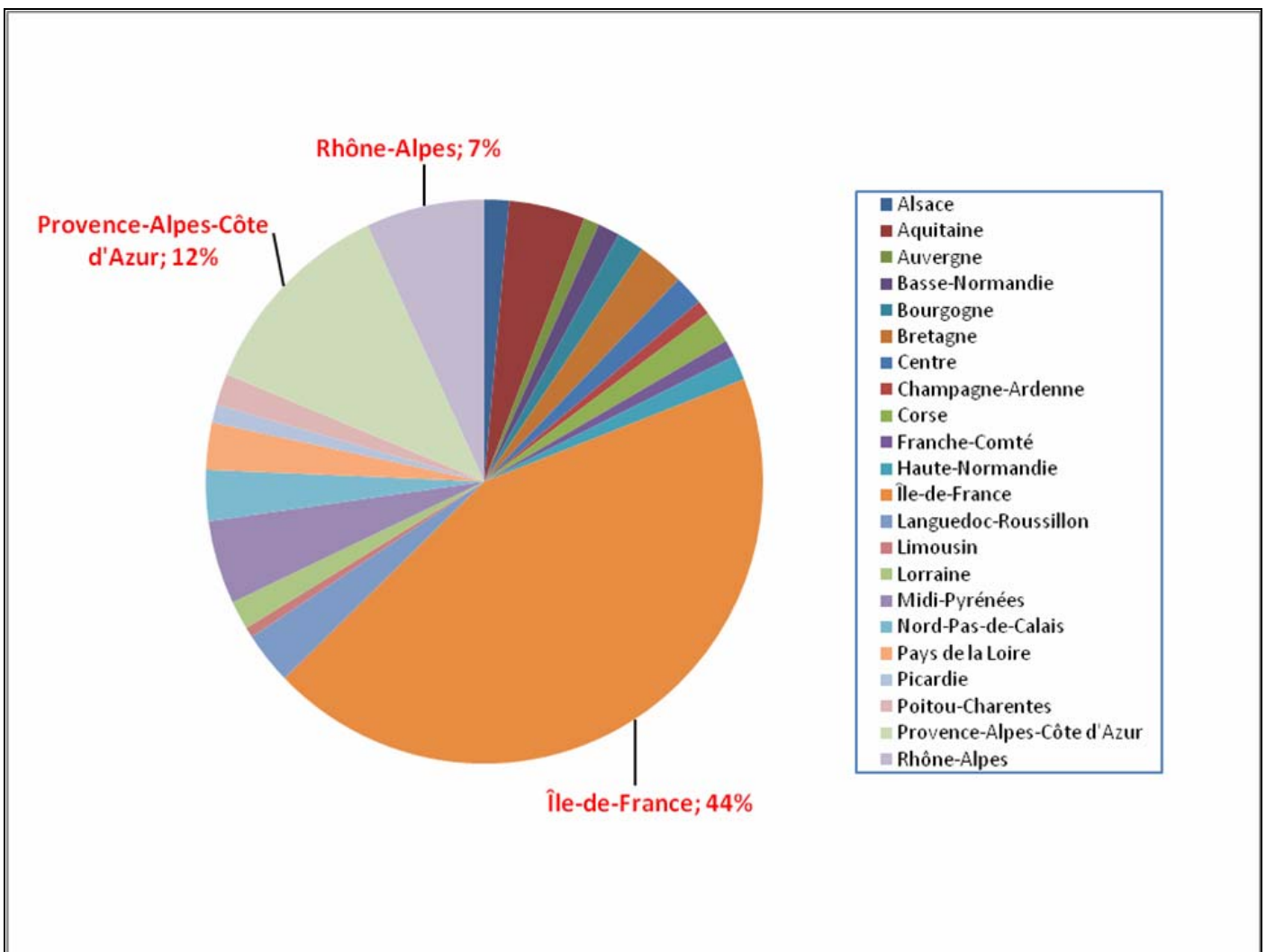
- Ile-de- France (24,9% des établissements)
- Rhône-Alpes (11,84% des établissements)
- Provence-Alpes-Côte d’Azur (9,38% des établissements)



Source : DADS 2005

■ LA REPARTITION REGIONALE DES AGENCES ADHERENTES DU SNAV

Répartition géographique des agences adhérentes du SNAV :

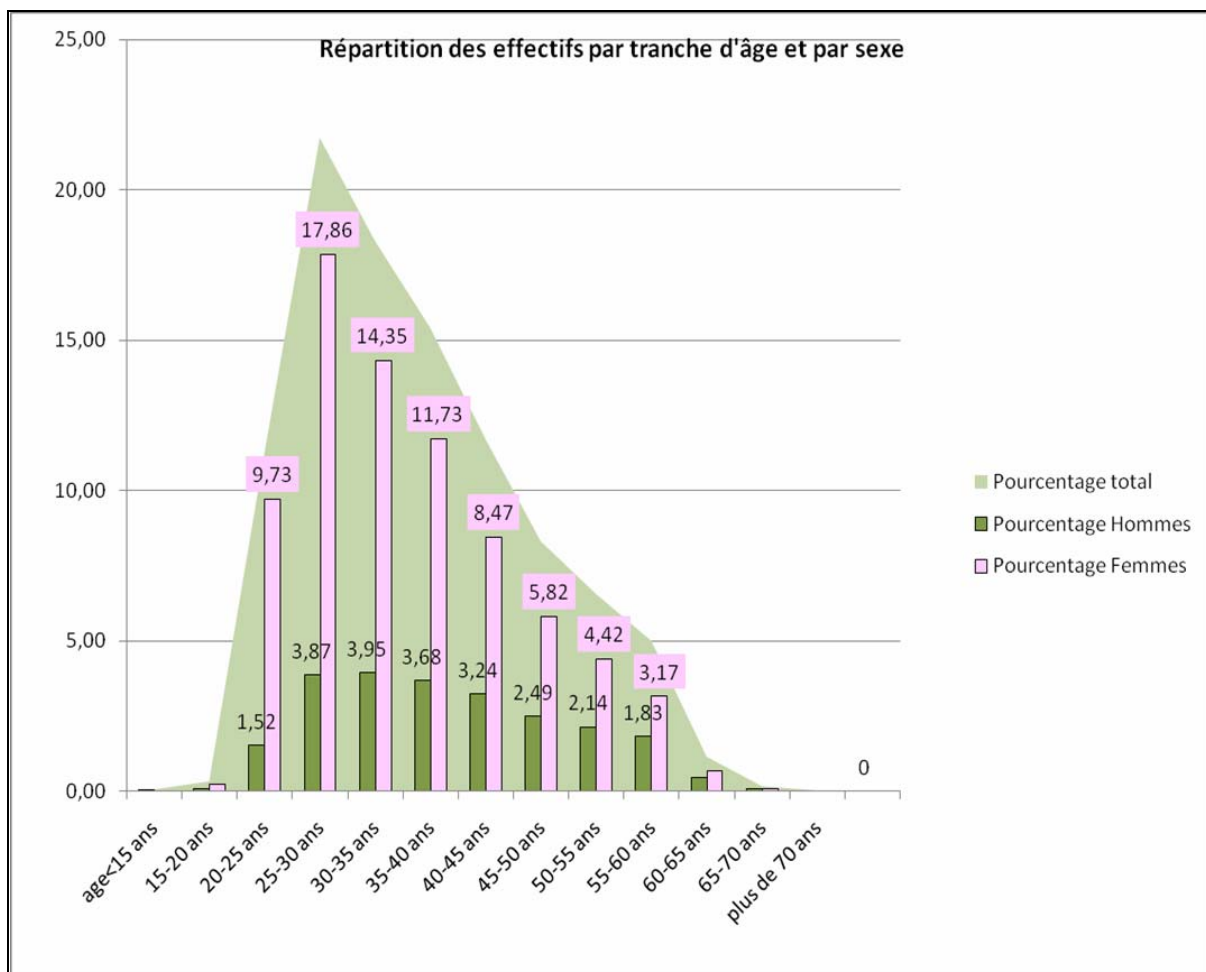


■ LES CARACTERISTIQUES DE LA POPULATION DES AGENCES DE VOYAGES



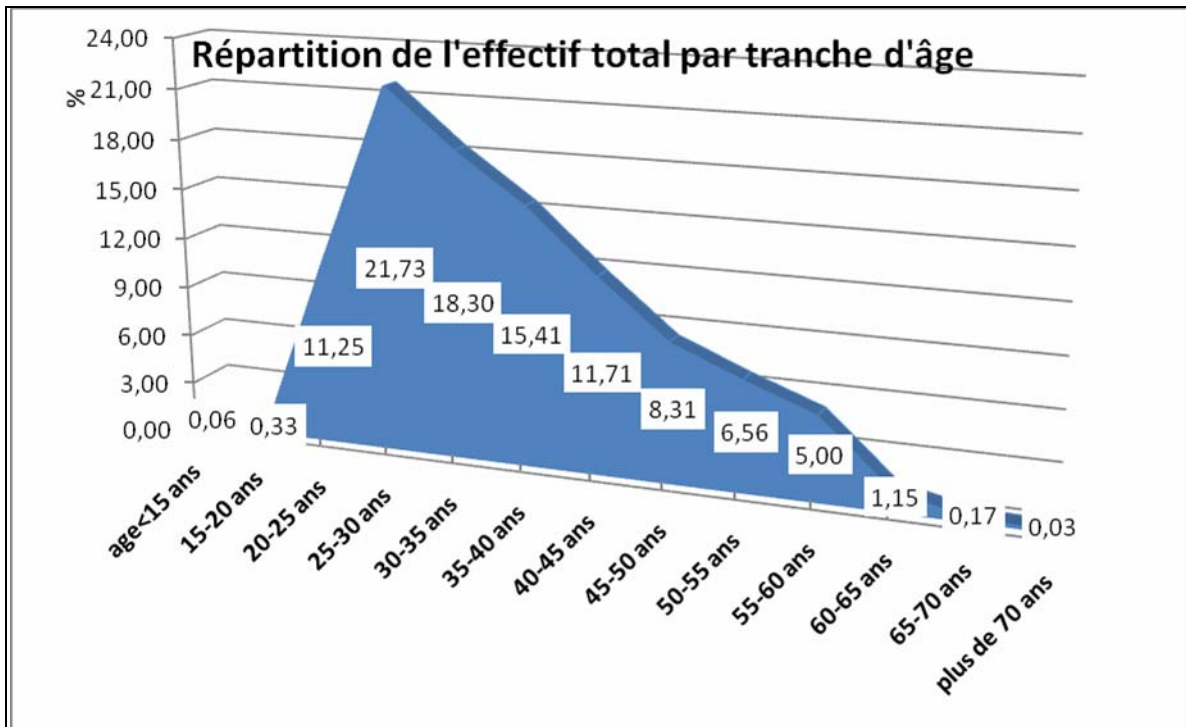
Une population jeune et féminine :

A titre d'exemple, les **25-30 ans** représentent **21,73%** de l'effectif total dont **82,19%** sont des femmes et **17,8%** des hommes.



SOURCE : DADS 2005

- **REPARTITION DE L'EFFECTIF TOTAL PAR TRANCHE D'AGE :**



SOURCE : DADS 2005

- **UNE PROFESSION TRES FORTEMENT FEMINISEE :**



76 % de femmes en 2005

(87 % de femmes chez les 20-25 ans)

SOURCE : DADS 2005

■ CLASSIFICATION DES EMPLOIS DU VOYAGE

Les principaux emplois du voyage sont les suivants :

➤ **Conseiller voyages**

Assure les opérations de conseil, de vente, de réservation des services et produits afférant au voyage. Saisit et concrétise les demandes sur logiciel spécifique. Peut assurer les opérations administratives et comptables courantes.

➤ **Conseiller billetterie**

Assure les opérations d'émission de billets. Réalise les opérations techniques entraînées par ces activités à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise.

➤ **Chargé des documents de voyages**

Confectionne le carnet de voyages remis au client (contenant tous les documents nécessaires au bon déroulement de son voyage : billets de transport, itinéraire, bons d'échanges), (à partir du dossier réalisé par la vente et finalisé par le booking et le service transport).

➤ **Forfaitiste**

Confectionne des voyages à forfaits. Etablit le devis du voyage et rédige le programme. Les met en œuvre, à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise. Peut en outre concevoir et mettre au point des circuits et séjours destinés à être vendus sur catalogue ou répondant à des demandes spécifiques, préparer et suivre l'exploitation commerciale de ces produits. Peut assurer la mise au courant de plusieurs employés.

CLASSIFICATION DES EMPLOIS DU VOYAGE (SUITE)

➤ Conseiller confirmé voyages

Assure les opérations de conseil, de vente, de réservation des services et produits afférant au voyage. Saisit et concrétise les demandes sur logiciel spécifique. Peut assurer la mise au courant et la coordination de plusieurs employés. Peut en outre assurer, seul, la responsabilité du bon fonctionnement d'un implant, d'une antenne ou d'un point de vente d'un réseau.

➤ Conseiller confirmé billetterie

Assure les opérations d'émission de billets. Réalise les opérations techniques entraînées par ces activités, à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise. Peut assurer la mise au courant et la coordination de plusieurs employés.

➤ Forfaitiste confirmé

Confectionne des voyages à forfaits. Etablit le devis du voyage et rédige le programme. Peut les mettre en œuvre, à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise. Peut en outre concevoir et mettre au point des circuits et séjours destinés à être vendus sur catalogue ou répondant à des demandes spécifiques, préparer et suivre l'exploitation commerciale de ces produits. Peut assurer la mise au courant de plusieurs employés. Peut coordonner le travail de plusieurs employés.

➤ Responsable de secteur agence ou d'unité technique

Dirige, anime et contrôle l'activité d'un groupe d'employés dont il doit pouvoir assurer la mise au courant en fonction des besoins du service. Possède en outre les connaissances affirmées de sa branche.

CLASSIFICATION DES EMPLOIS DU VOYAGE (SUITE)

➤ **Responsable d'agence(s)**

A la charge d'un ou plusieurs implant(s), agence(s), antenne(s) ou point(s) de vente d'un réseau. Peut être amené à en former les employés. Assure, en outre, dans le cadre de la politique et des objectifs déterminés par la direction de son entreprise, des règles et des directives en vigueur définies par celle-ci, la direction et la gestion courante de ou des entité(s) qui lui est (sont) confiée(s).

Ses connaissances professionnelles techniques, administratives et comptables lui permettent d'assurer ou de participer à l'ensemble des tâches réalisées.

Il a la charge de l'encadrement du personnel placé sous son autorité.

➤ **Animateur-coordonateur de réseau**

Anime et coordonne la politique, les activités de plusieurs antennes, agences, points de ventes ou implant d'un même réseau.

➤ **Directeur régional**

Assure la direction et la gestion des agences, implants, points de ventes ou antennes d'une région.

Il a la charge de l'encadrement du personnel placé sous son autorité.

➤ **Responsable de module/d'équipe**

Coordonne et encadre une équipe de conseiller voyages. Contrôle et organise le travail.

Gère des portefeuilles clients.

CLASSIFICATION DES EMPLOIS DU VOYAGE (SUITE)

➤ **Responsable de plateau**

A la charge d'un plateau. Il peut être amené à en former les employés. Assure, en outre, la direction et la gestion courante de l'entité qui lui est confiée, dans le cadre de la politique et des objectifs déterminés par la direction de son entreprise, des règles et des directives en vigueur définies par celle-ci.

Ses connaissances professionnelles techniques, administratives et comptables lui permettent d'assurer et de participer à l'ensemble des tâches réalisées.

Il a la charge de l'encadrement du personnel placé sous son autorité.

➤ **Assistant réceptif**

Effectue l'accueil, l'assistance et/ou le transfert des clients selon un planning préétabli.

➤ **Agent d'accueil**

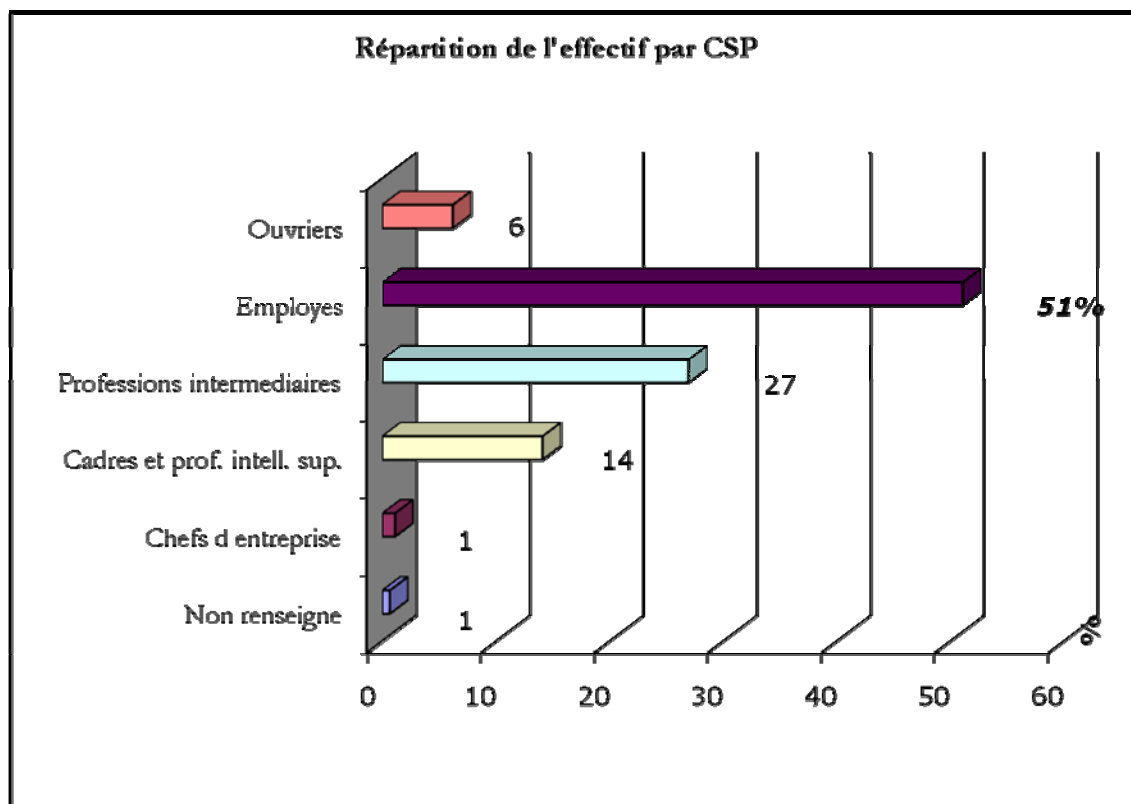
L'agent d'accueil est chargé de l'accueil en gare, à l'aéroport, à l'hôtel, ou en tout autre lieu, des touristes ou voyageurs. Représente l'entreprise auprès d'eux. Est au courant techniquement et commercialement des dossiers des touristes qu'il reçoit. Possède les connaissances techniques suffisantes pour arrêter les dispositions nécessaires au bon déroulement de sa mission. L'agent d'accueil accompagnateur est chargé d'accueillir et d'accompagner des touristes au cours d'excursions ou de circuits en France et à l'étranger. Doit disposer d'une technicité suffisante pour s'occuper des questions matérielles et surveiller le bon déroulement du voyage.

- **REPARTITION PAR CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE EN POURCENTAGE EQUIVALENT TEMPS PLEIN (HOMMES ET FEMMES CONFONDUS)**

L'analyse de la composition socioprofessionnelle des agences de voyages montre que sa population est majoritairement composée d'employés **(51%)**. Les professions intermédiaires, c'est-à-dire les salariés de **niveau master 1**, chargés des problèmes administratifs et des relations commerciales avec la clientèle, représentent 27% des effectifs.

Les ouvriers et artisans, ou les chefs d'entreprises (non salariés) sont peu nombreux.

(Voir définition des CSP en page 50)



Source DADS 2005

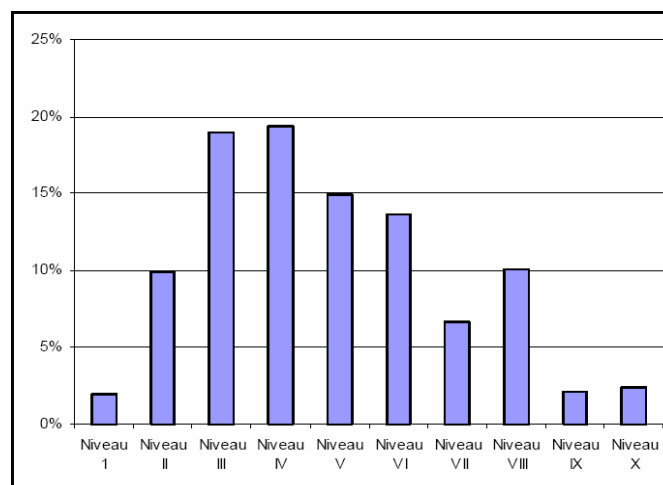
■ LES SALAIRES

- **ENQUETE SNAV 2007 SUR LES SALAIRES MENSUELS BRUT (Hors prime, ancienneté, 13^{ème} mois et gratifications)**

Les résultats présentés ci-dessous sont le fruit de l'enquête menée par le SNAV avec l'appui du Cabinet ITHAQUE. Cette enquête a été réalisée auprès des 1379 adhérents du SNAV, dont le taux de réponse est représentatif de plus de 75% des emplois des entreprises adhérentes du SNAV :

Niveau	Moyenne pondérée des salaires moyens	Médiane
Niveau I	1249,3	1254
Niveau II	1418,2	1358,5
Niveau III	1519,3	1464
Niveau IV	1645	1585
Niveau V	1754,3	1684
Niveau VI	1958,1	1866,5
Niveau VII	2198,5	2096,5
Niveau VIII	2674,3	2570
Niveau IX	3470,5	3213
Niveau X	4831,9	4364

Pour une définition du *salaire médian*, voir en page 50.



Répartition des effectifs salariés par niveau (enquête 2007)

■ LA PARITE HOMMES / FEMMES

La tendance semble à l'amélioration de la situation des femmes qui accèdent de plus en plus à des postes à responsabilité.

L'enquête TourCom sur la parité Hommes/Femmes

Une enquête menée à la demande de TourCom auprès de 550 agences de voyages indépendantes regroupées au sein du réseau, fait apparaître que 40 % sont dirigées par des femmes alors qu'elles représentent 70% des collaborateurs de l'ensemble du réseau (Etude réalisée sous forme d'entretiens non directifs, du 1^{er} au 15 février 2006, auprès de dirigeantes d'agences représentatives du réseau d'agences de voyages indépendantes TourCom).

La parité est d'autant plus importante dans le secteur du tourisme que les femmes y jouent un rôle déterminant comme prescriptrices et consommatrices, et leur sous-représentation dans la prise de décision aurait des conséquences plus dommageables qu'ailleurs, comme le rappelait le discours inaugural de la journée de la femme du 8/03/2006 de Monsieur le Ministre délégué au Tourisme, Léon Bertrand.

LA FORMATION

Source : rapport CEREQ – REFLET – Avril 2007 – « Les certifications du tourisme : panorama et tendances »

Pour information, la *nomenclature des niveaux de diplôme* figure en page 50.

8 667 candidats aux formations de l'organisation de voyages et réception de touristes, en 2004, préparant des diplômes de tourisme tous niveaux confondus.

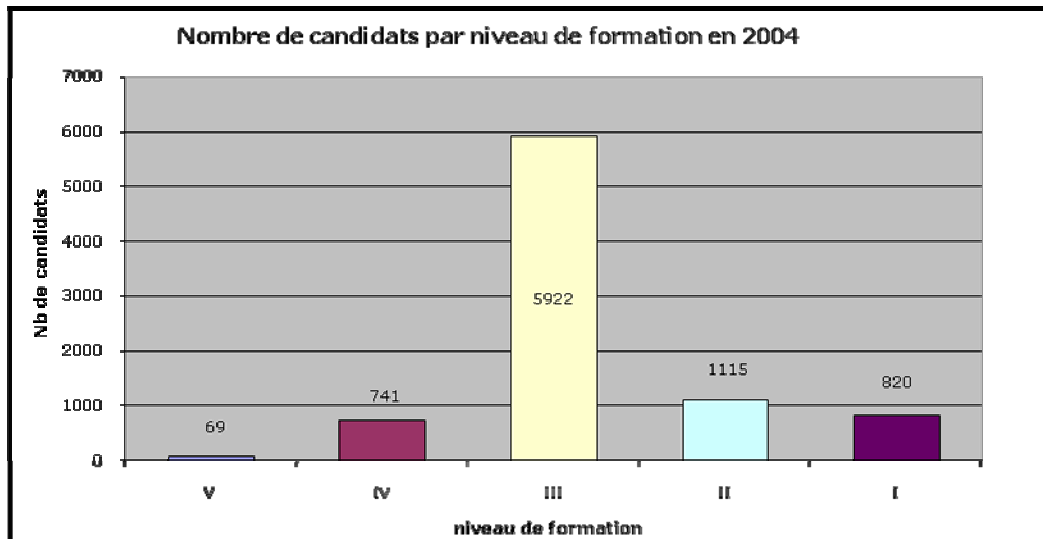
(à titre de comparaison : 20 615 candidats aux formations relevant de la branche « hébergement » : tourisme social et familial, hôtellerie, Immobilier résidence de tourisme).

*La formation est
primordiale pour l'avenir
de la Profession, et est
un outil à privilégier en
priorité*



■ REPARTITION DES CANDIDATS PAR NIVEAU

Répartition des candidats par niveau de diplôme :



Source : rapport CEREQ – REFLET – Avril 2007 – « Les certifications du tourisme : panorama et tendances »

Le **niveau III** attire 5 922 candidats parmi lesquels **5 572** candidats se répartissent entre **Deux BTS** (BTS Ventes et Productions Touristiques, et BTS Animation et Gestion Touristiques Locales).

Répartition des candidats aux BTS selon leur statut :

- 71% par la voie de la formation initiale classique
- 5% par l'apprentissage (contre 12 % au niveau IV)
- 23% par la formation continue, ou en individuel

Sur ces 5 572 candidats présentés en 2004, 3 589 ont été admis, soit **64%** de taux de réussite.

Il faut noter enfin le développement non négligeable depuis quelques années de l'offre universitaire sur les niveaux I et II.

• **LA FORMATION INITIALE DE NIVEAU V A III**

L'offre de certifications de niveau V à III se caractérise par une présence significative des **organismes privés**, tandis que le ministère de l'éducation nationale, quasi-absent sur les niveaux V et IV, concentre ses ressources sur le niveau III (BTS, DUT etc.).

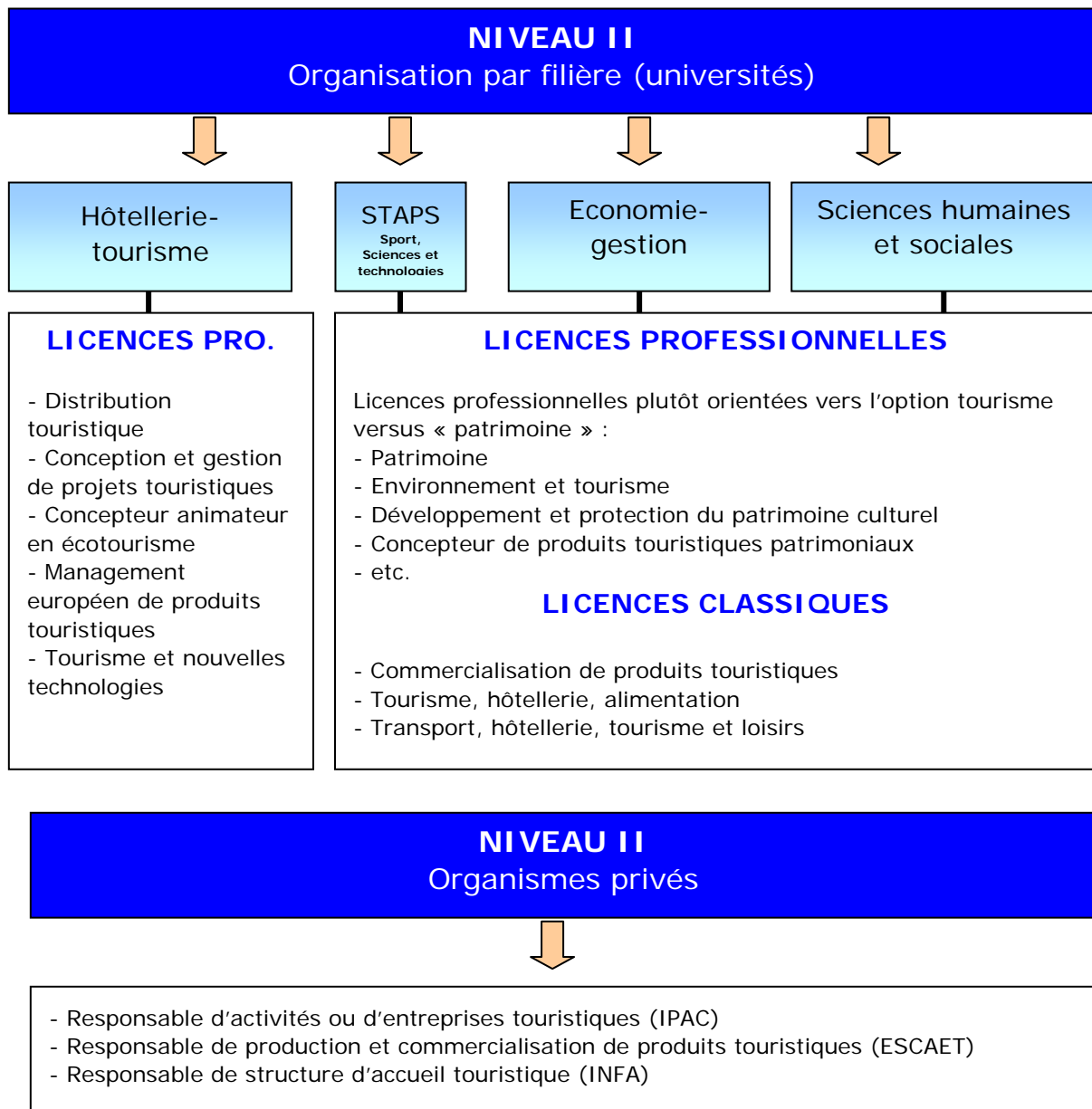


Niveau de formation	Ministère de l'Education nationale	Ministère de l'emploi	Organismes privés
V	-	<i>TP (titre professionnel)</i> agent d'accueil touristique	Agent des services techniques du tourisme (LASER)
IV	Mention complémentaire télébilletterie et services voyages	TP technicien commercial du tourisme TP technicien d'accueil touristique TP animateur tourisme local	Technicien d'accueil, vente de services touristiques (ADFC CFA Vente)
III	BTS tourisme option vente production touristique BTS tourisme option animation gestion touristique locale DUT Carrières sociales : option développement touristique DEUST métiers de la culture option tourisme culturel	TP Assistant de développement de tourisme local TP responsable de gestion d'établissements touristiques	Agent de production et de commercialisation de produits touristiques (ESCAET) Conseiller en tourisme (EFT) Vendeur conseil en voyages d'affaires et tourisme (AFT.IFTIM)

Source : rapport CEREQ – REFLET – Avril 2007 – « Les certifications du tourisme : panorama et tendances »

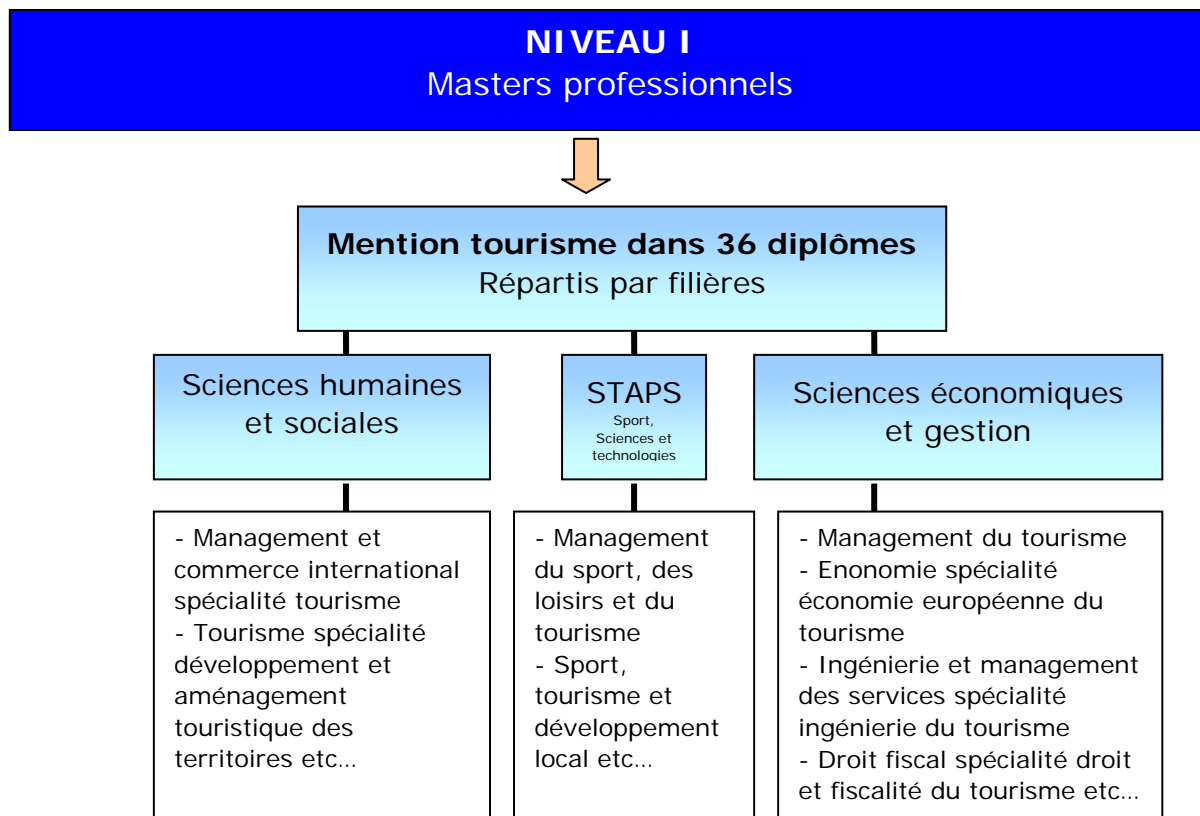
• **LA FORMATION INITIALE DE NIVEAU II A I**

L'offre de l'enseignement supérieur s'est beaucoup développée ces dernières années et se caractérise par son abondance. Les organismes privés occupent également le terrain sur ces niveaux même si au total seules cinq certifications sont inscrites à ce jour au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles) dont trois en niveau II.



• **LA FORMATION INITIALE DE NIVEAU II AU NIVEAU I (SUITE)**

Dans les formations de niveau I, la mention tourisme est généralement associée avec les problématiques de développement local ou de management d'équipement ou de projets. On trouve également 5 masters recherche comportant la mention tourisme, ce qui peut laisser supposer que quelques écoles doctorales vont se développer autour de cette thématique.



• LA FORMATION TOUT AU LONG DE LA VIE

<p>LES AGENCES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Les modalités de formation</u> : formation interne au sein de l'agence, externe via des groupes de travail (syndicats professionnels, TO, organismes de formation...) ➤ <u>Les formations</u> : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Montage de produit, gestion des risques (environnement, fournisseurs, gestion des stocks / « yield management », stratégie de distribution (segmentation des ventes, partenariats avec les distributeurs) ▪ Formation sur le service (conseil, accueil...) : gestion de la vente, du suivi de la commande, du post-voyage et de la fidélisation ▪ Formation aux outils technologiques présents dans l'agence. ▪ TO proposant des formations sur leurs produits : « eductours », « e-learning », et informations sur le site « BtoB » ▪ Mise en place d'outil e-learning
<p>SNAV</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Projet de développement des outils d'E-learning » sur le site du SNAV ➤ Promotion des différents dispositifs (<i>DIF</i>, <i>VAE</i>, passeport formation) – Voir terminologie page 50 ➤ Création, en partenariat, d'un organisme de formation propre à la profession.
<p>LES POUVOIRS PUBLICS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Communication sur les régimes d'incitation à la formation (TVA, défiscalisation, réduction de charges sociales...) ➤ Soutien de l'organisme de formation propre à la profession par l'Etat ou les Conseils régionaux...

LA PLACE DU E-TOURISME PARMIS LES CANAUX DE DISTRIBUTION

- LE MARCHÉ DU E-TOURISME

Aujourd'hui, Internet est ancré dans le monde touristique. Cependant, on ne peut pas le considérer comme un outil de remplacement mais comme un outil complémentaire des autres canaux de distribution, servant d'intermédiaire entre les consommateurs et tous les acteurs du tourisme.



En 2006, le volume d'affaires du e-tourisme en France a atteint **4,2** milliards d'euros, selon benchmark Group, soit une progression de 35% par rapport à 2005.

En tête des catégories de l'e-tourisme, les ventes de billets secs de train ou d'avion représentant 1,7 milliard d'euros (source : ICE-FEVAD).

Désormais, plus de 20 millions de Français utilisent Internet chaque trimestre pour se renseigner et préparer leur voyage.

Face à ce phénomène, la quasi-totalité des acteurs du tourisme sont désormais présents sur Internet, et chacun est obligé d'adopter une stratégie qui lui est propre, et de tenir compte des nouvelles tendances de consommation.

- **LES SITES DE VOYAGES ET DE TOURISME LES PLUS VISITES SONT LES SUIVANTS :**

Les sites e-tourisme les plus visités au premier trimestre 2007	
Rang	Site
1	Voyages-sncf.com
2	Lastminute.com
3	Expedia
4	Promovacances

Source : enquête trimestrielle de la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) et de Médiamétrie/Netratings

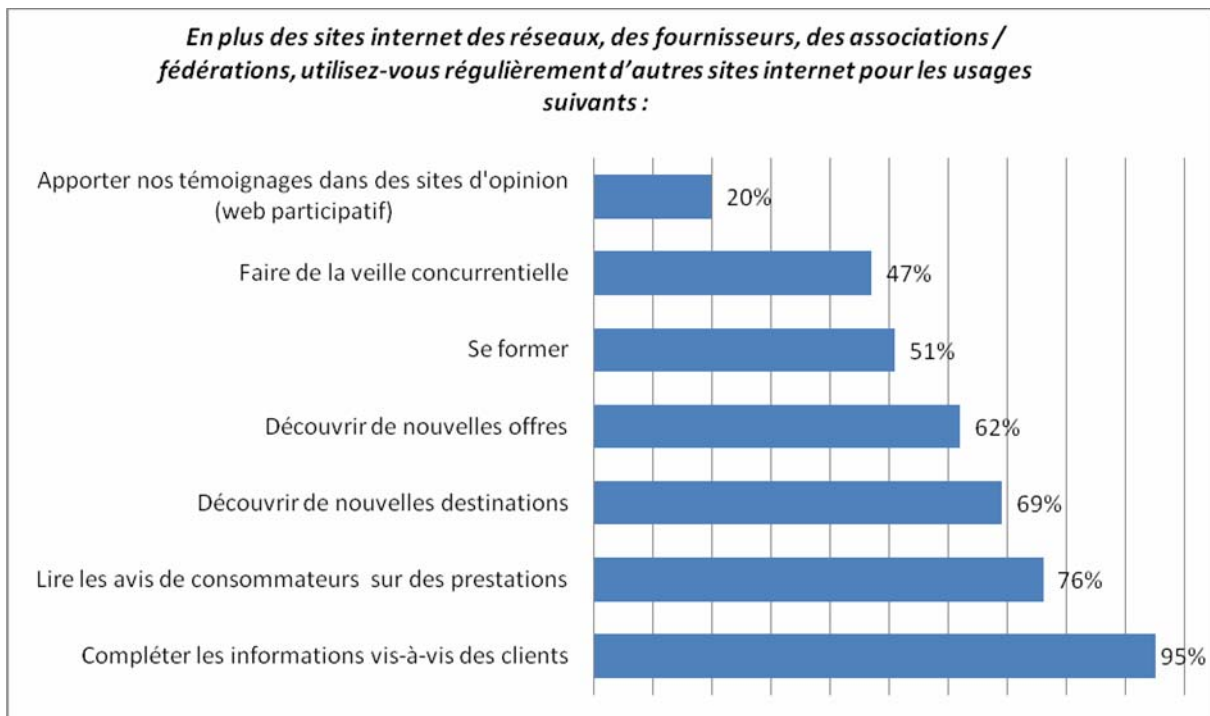
Voyages-sncf.com a réalisé à lui seul un volume d'affaires de 1,16 milliard d'euros (+ 48%) et Opodo France a connu une croissance de 72 % (à 450 M€).

- **CONCENTRATIONS ET ALLIANCES**

Le développement d'Internet d'une part, et la mondialisation d'autre part, ont abouti à la création de deux groupements principaux : l'Alliance T composée de Selectour, Carlson WagonLit Travel, Fnac Voyages, Pauli Voyages, Printemps Voyages, Wasteels et le G4 voyages qui comprend Thomas Cook, Afat Voyages, Manor et American Express Voyages d'Affaires.

- **USAGES D'INTERNET ET PERCEPTION DES AGENCES DISTRIBUTRICES SUR LE E-TOURISME**

Usages d'Internet



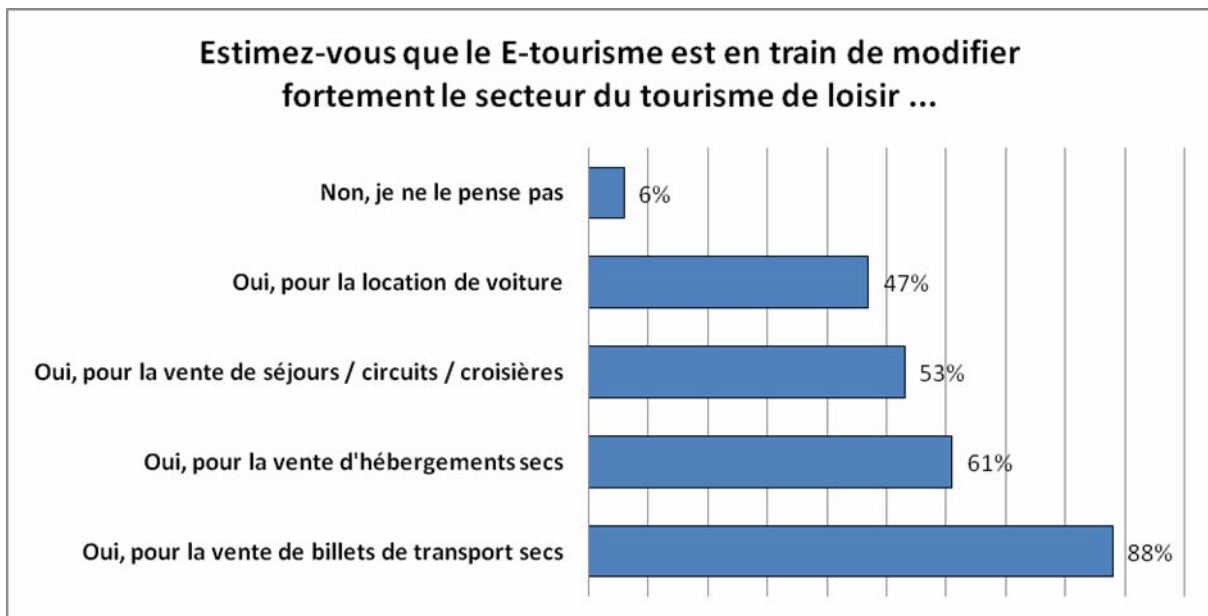
Enquête réalisée pour Top Résa par le SNAV sur les nouveaux comportements de la clientèle de loisir en agence de voyage (Septembre 2007 – cabinet Raffour Interactif) L'enquête a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de vendeurs d'agences de voyages.

⇒ Les professionnels des agences distributrices de voyages utilisent majoritairement (95%) Internet pour compléter les informations vis-à-vis des clients.



- **USAGES D'INTERNET ET PERCEPTION DES AGENCES DISTRIBUTRICES SUR L'E-TOURISME (SUITE)**

Les agences estiment majoritairement que le e-tourisme est en train de modifier fortement le secteur du tourisme de loisir :



Enquête réalisée par le SNAV pour Top Résa sur les nouveaux comportements de la clientèle de loisir en agence de voyage (septembre 2007 – cabinet Raffour Interactif)

Cependant, selon la même enquête, 41% des agences n'ont qu'un site Internet « vitrine », et seulement 32% d'entre elles disposent d'un site permettant la vente en ligne.

LES ATTENTES DES CLIENTS ONLINE ET OFFLINE

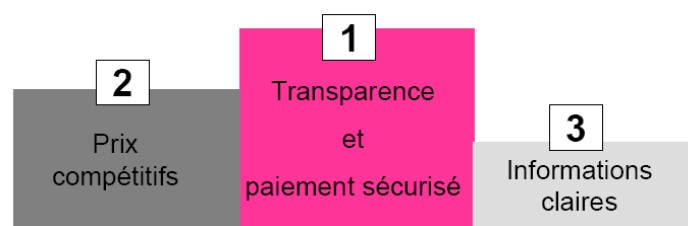
Source : Enquête lastminute.com / TNS Sofres 2006

- LES DIFFERENCES ATTENTES DES CLIENTS ONLINE ET OFFLINE

- ⇒ **Attentes des acheteurs sur internet : Prix, Conditions Générales de Vente et paiement sécurisé**

A l'heure de choisir une prestation de voyage, les internautes se focalisent avant tout sur le **prix** : ils sont 62% à penser que le prix clair et bien détaillé est essentiel, et 51% à penser que le bon rapport qualité prix l'est aussi. Le descriptif détaillé des produits apparaît aussi comme essentiel.

Au moment de passer leur commande, les internautes considèrent comme essentiel que les **conditions générales de vente** soient claires et sans ambiguïté, et le **paiement sécurisé**.

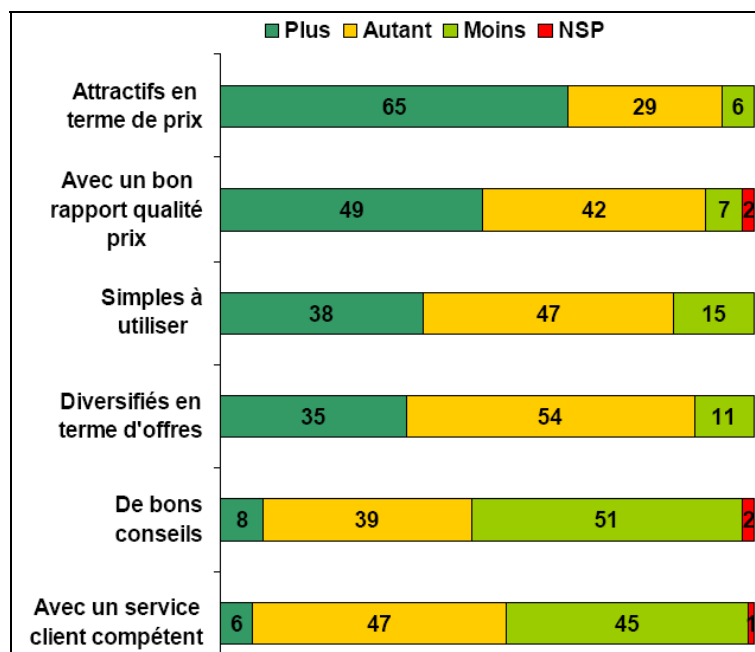


- ⇒ **Attentes spécifiques des acheteurs offline : l'aspect humain de la relation client**

Les acheteurs offline sont plus intéressés que les internautes par l'aspect humain de la relation client : **29%** d'entre eux veulent un interlocuteur unique (contre 19% pour les acheteurs online, pour Essentiel)

- COMPARAISON DE QUALITE PERÇUE ENTRE AGENCES ONLINE ET TRADITIONNELLES

Question posée dans le cadre de l'enquête : « *Par rapport aux agences traditionnelles (boutiques, agences physiques), les sites Internet de voyages sont-ils selon vous...plus, moins, autant* » :



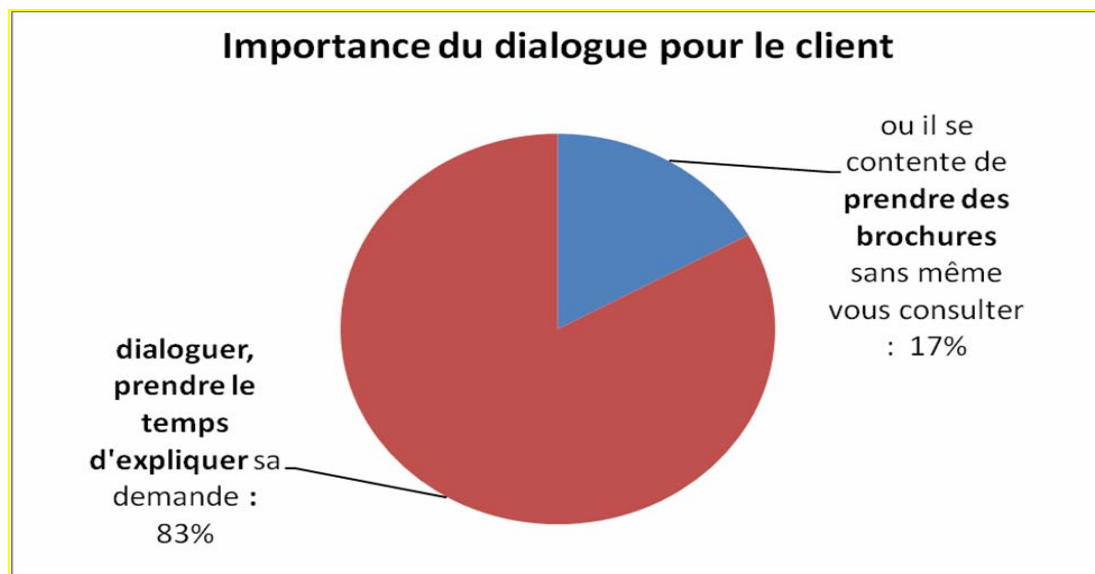
Source : Enquête lastminute.com / TNS Sofres 2006

Ainsi, 65% des personnes interrogées pensent que les agences online proposent des prix plus attractifs que les agences traditionnelles.

Les aspects humains (service client et possibilité de conseils) restent les points forts perçus des agences traditionnelles : 51% des répondants pensent que les sites internet de voyages dispensent moins de bons conseils et 45% que les sites Internet disposent moins d'un service client compétent que les agences traditionnelles.

L'importance du dialogue pour le client est confirmée par une enquête réalisée par le SNAV pour Top Résa sur les nouveaux comportements de la clientèle de loisir en agence de voyages (septembre 2007 – cabinet Raffour Interactif).

Voir méthodologie de l'enquête en page 52.



Les agences de voyages ont le sentiment que les clients sont **sensibles aux promotions mais...**

D'après les vendeurs, si 32% des clients se disent très sensibles aux promotions des fournisseurs des agences de voyages et prêts à changer leur projet pour en profiter, ils sont 66 % à ne vouloir en profiter que **si cela cadre avec leur projet.**

A noter : 60% des clients viennent en agence avec un projet précis (Pourcentage moyen sur 100 clients).

⇒ **En conclusion,**

Les agences de voyages traditionnelles sont mieux perçues en termes de qualité globale que les agences on-line

Cependant, les agences de voyages on-line se démarquent sur l'attractivité de leurs prix.

Les aspects humains (service client et possibilité de conseils) restent les points forts perçus des agences traditionnelles.



■ ETAPES D'ELABORATION, TERMINOLOGIE, ET SOURCES DU RAPPORT DE BRANCHE

• ETAPES D'ELABORATION DU RAPPORT DE BRANCHE

Le présent rapport a été élaboré en différentes étapes :

1) Recherche et identification des données et des sources documentaires intéressant la profession des agences de voyages

a) Sources institutionnelles

➤ La Direction du tourisme

b) Instituts statistiques

➤ L'INSEE

➤ COE REXECODE

➤ DARES

c) Associations, Fédérations, et autres organismes professionnels

➤ SNAV (Syndicat Professionnel des Agences de Voyage)

➤ CETO (Cercle d'Etudes des Tour-Opérateurs)

➤ APS (Association Professionnelle de Solidarité)

➤ IATA (Association internationale du transport aérien)

➤ S.N.C.F

➤ France Ferries & croisières / ECC

➤ Union des Offices de tourisme

2) Interviews de membres de la Profession, ou des organismes statistiques ou publiques

3) Analyse, compilation et mise en cohérence des données

4) Conception et rédaction du rapport

- **TERMINOLOGIE**

BSP : Bank Settlement Plan (Plan de règlement bancaire) : Compensation financière entre les agences de voyages et les compagnies aériennes et gestion des stocks des agences de voyages.

D.I.F : Droit Individuel à la Formation permet de bénéficier d'actions de formation professionnelle pendant ou en dehors du temps de travail. Ces formations sont prises en charge financièrement et le salarié continue de percevoir son salaire. Chaque salarié acquiert ainsi un droit à 20 heures de formation par an (voire davantage en cas d'accord de branche plus favorable), cumulables pendant 6 ans au maximum (soit un plafond de 120 heures maximum)

I.A.T.A : Association internationale du transport aérien (ou AITA, en anglais International Air Transport Association) est une organisation commerciale internationale de sociétés de transport aérien.

Nombre de personnes occupées : est égal à la somme des effectifs salariés annuels (y.c apprentis, stagiaires rémunérés) et non salariés (entrepreneurs individuels), calculés en équivalent temps plein

Nomenclature des niveaux de diplôme (plus haut diplôme obtenu) :

Niveaux I et II = diplômes de niveau bac+3 ou plus (licences, masters 1 et 2, doctorats etc.)

Niveau III = diplômes de niveau bac+2 (DEUG, DUT, BTS, formations sanitaires et sociales, ...).

Niveau IV = baccalauréat ou équivalent.

Niveau V = CAP, BEP ou autre diplôme de ce niveau.

Niveau VI = aucun diplôme (autre que CEP, BEPC, brevet des collèges).

Professions intermédiaires : L'appellation "professions intermédiaires" est une création de la nouvelle nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles. Dans le secteur transport / tourisme, ce sont les salariés de niveau maîtrise des entreprises de transports de voyageurs et du tourisme, chargés des problèmes administratifs et des relations commerciales avec la clientèle. Ces personnels peuvent consacrer une partie de leur activité à des tâches d'exploitation, mais ces dernières ne constituent pas normalement leur activité dominante.

Professions les plus typiques	Professions assimilées
Agent de voyages <SALARIE,sauf cadre> Chef d'agence de voyages <sauf cadre>	Acm, Acmp <SNCF> Agent de comptoir <tourisme> <sauf emp,QND> Agent de réservations <sauf emp,QND> Billettiste <sauf emp,QND> Chef de bureau de gare <sauf cadre> Chef de comptoir <sauf cadre> Chef de produit (tourisme) <sauf cadre> Directeur d'agence de voyages <sauf cadre> Forfaitiste <sauf cadre> Inspecteur commercial <transport> <sauf cadre> Organisateur de voyage <sauf cadre> Permanent passager Producteur technique de prestations touristiques <sauf cadre> Représentant <transports ferroviaires> <sauf cadre> Tour opérateur (voyagiste) <sauf cadre>

Salaire médian : Le salaire médian correspond à la valeur pour laquelle la moitié des salaires lui sont inférieurs, l'autre moitié supérieure.

V.A.E : Reconnue par le Code du travail, la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) permet de faire reconnaître son expérience (professionnelle ou non) afin d'obtenir un diplôme, un titre ou un certificat de qualification professionnelle.

Le présent rapport a été établi sur la base des données suivantes :

SNAV

- Enquête sur les salaires juillet 2007, avec l'appui du Cabinet Ithaque, menée auprès de 1379 adhérents du SNAV avec un taux de réponse représentant 75% des emplois des entreprises adhérentes.

Etude exclusive réalisée pour Top Résa sur les nouveaux comportements de la clientèle de loisir en agence de voyage, avec le concours du cabinet Raffour Interactif. Un e-mail invitant l'ensemble des agents de voyages distributeurs à répondre par téléquestionnaire a été routé par une vingtaine de relais de tous types (instances professionnelles, têtes de réseau, journaux) du 13 août au 12 septembre. Les résultats présentés ici sont issus de plus de 800 questionnaires entièrement validés. Seuls les questionnaires concernant les agences de loisirs, entièrement remplis et cohérents ont été sauvegardés. Ils ont par ailleurs fait l'objet de contrôles a posteriori.

AUTRES SOURCES

- **APS** : Association de Professionnels de Solidarité du tourisme
- **CEREQ** : Centre d'Etudes et de Recherches sur les Qualifications
- **CETO** (Cercle d'Etudes des Tours Opérateurs) : Baromètre annuel du 1/11/2005 au 31/10/2006

Les chiffres obtenus, qui portent sur l'évolution du nombre de vols secs, de voyages à forfait de novembre 2005 à octobre 2006 sont le résultat d'une enquête réalisée dans les entreprises membres du CETO, soit environ 60 professionnels.

- **Coe Rexecode** (Centre d'Observation Economique et de Recherche pour l'Expansion de l'Economie et le Développement des Entreprises)/ **SNAV**, juin 2007 : Indicateur agences de voyages

Les indicateurs obtenus sont le fruit d'une enquête réalisée conjointement par le SNAV et Coe Rexecode, un organisme indépendant d'analyse économique et d'études conjoncturelles.

- **DADS** : Déclaration Annuelle des Données Sociales (données du Ministère de Travail, des Relations sociales et de la Solidarité) au 31/12/2005
La déclaration annuelle des données sociales (DADS) est une formalité obligatoire pour toutes les entreprises relevant du régime général et des collectivités publiques. Elle regroupe toutes les données de l'entreprise concernant la masse salariale.
- **Direction du tourisme** : les comptes du tourisme
- **FEVAD** (Fédération du E-commerce et de la Vente A Distance), Médiamétrie/ Net Ratings : Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France au 1er trimestre 2007, Paris, Avril 2007.
- **France Ferries & croisières / ECC (European Cruise Council)** : statistiques sur les croisières maritimes
- **INSEE : Enquête annuelle d'entreprise Services-** Exercice 2005
L'enquête annuelle d'entreprise (EAE) est la principale source de données économiques sur l'activité, la structure et les performances des entreprises de services marchands en France. Le champ de l'EAE en métropole couvre une population de 858 600 entreprises réparties dans les activités suivantes : l'immobilier et les services aux particuliers, les services aux entreprises, postes et télécommunication. Cette enquête est éditée tous les ans.
- **Lastminute.com /TNS Sofres**, juin 2006 : Enquête à propos de la qualité de service des agences de voyage

Les résultats obtenus proviennent d'une étude téléphonique réalisée du 16 au 20 mai 2006 sur un échantillon représentatif de 762 interviewés, soit 402 acheteurs online et 360 acheteurs offline.

Rapport

- **KOGUT- KUBIAK** Françoise : Les certifications du tourisme : panorama et tendances, Marseille, CEREQ, 2007