

DOSSIER DE PRESSE

Internet et agences de voyages s'associent pour proposer encore plus de services aux clients

En première mondiale, lastminute.com, le leader Européen du e-tourisme et Selectour Voyages, le premier réseau français d'agences de voyages mettent en place un partenariat inédit pour mieux répondre aux envies des consommateurs de voyages et de loisirs.

Contacts presse lastminute.com :

Alexandra Krebs : 01 49 70 43 16 - alexandra.krebs@cohnwolfe.com

Marina Genet : 01 49 70 43 31 - marina.genet@cohnwolfe.com

Contact presse Selectour :

Sophie ORIVEL : 01 55 07 12 10 (poste 404#) ou 06 32 10 69 71 - sorivel@selectour.com

| | |
|-------------------------------------|----|
| Introduction..... | 3 |
| Un partenariat gagnant-gagnant..... | 4 |
| le client sur lastminute.com | 6 |
| le client en agence Selectour | 8 |
| L'offre produits | 9 |
| L'engagement Qualité..... | 13 |
| Le process BtoB | 15 |
| lastminute.com..... | 16 |
| Selectour Voyages..... | 17 |

Les recettes touristiques en France représentent un montant global de 40 milliards d'euros (6.2 % du PIB)¹, dont près de 13 milliards d'euros² sont générées par plus de 4 000 agences de voyage en France. En 2008, le e-tourisme a représenté 7 milliards d'euros (dont 5 hors train).

Internet est donc devenu une étape incontournable avant l'achat d'un voyage : 70 % des internautes préparent leurs voyages sur Internet, 16 % d'entre eux concrétisent leur achat exclusivement en agence de voyages, 22 % exclusivement sur Internet et 32 % utilisent les deux canaux de distribution³.

Ce constat partagé par lastminute.com et Selectour Voyages a permis, avec des études consommateurs, d'approfondir les motivations et les attentes des clients entre l'internet et l'agence de voyages.

Il en ressort, non pas une opposition mais une vraie complémentarité de ces deux canaux online et offline. C'est à partir de cette analyse, que lastminute.com et Selectour Voyages mettent en place aujourd'hui un partenariat inédit qui permet de répondre aux envies des consommateurs de voyages et de loisirs.

¹ Part du tourisme dans le produit intérieur brut, par Frédéric Tardieu - direction du Tourisme

² Source : INSEE, enquête annuelle d'entreprise dans les services

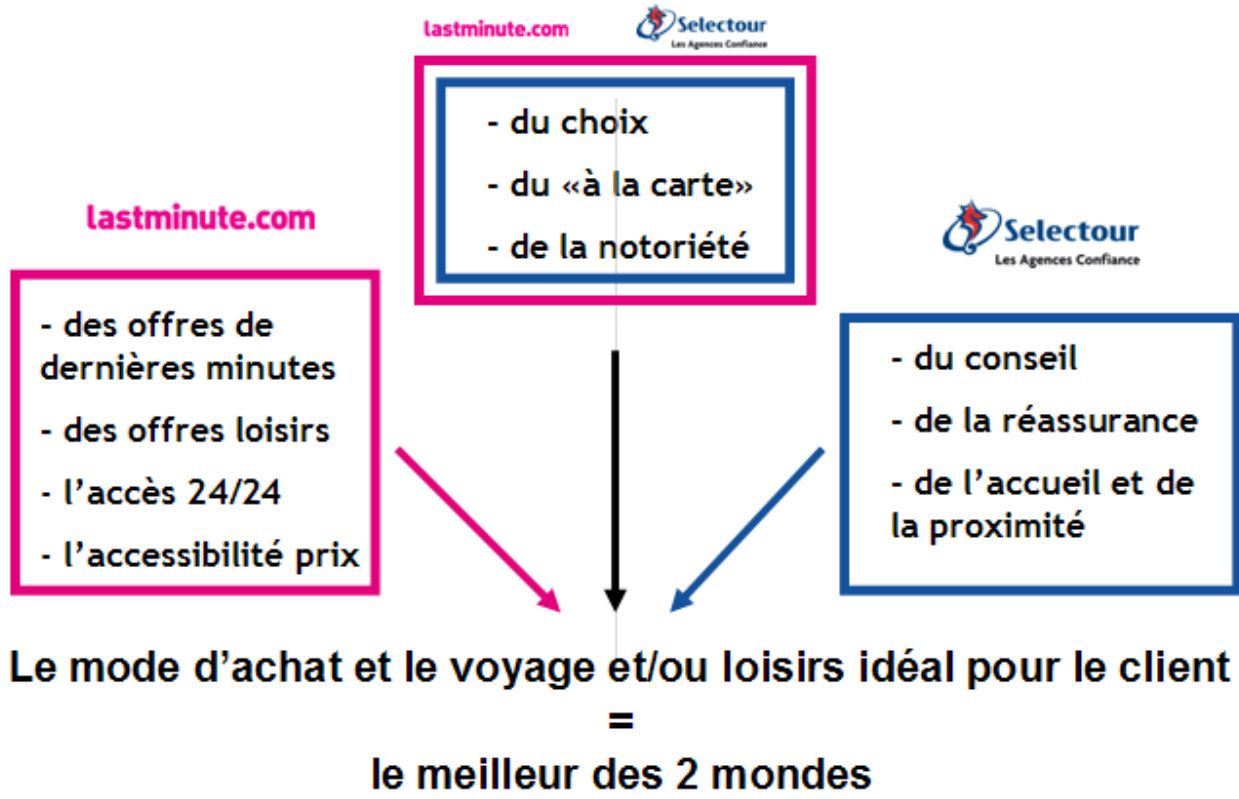
³ Source : Baromètre FEVAD - Médiamétrie//Netratings - mai 2007

Après avoir longtemps été mise en opposition, la complémentarité de l'Internet et des agences physiques s'avère aujourd'hui incontournable, voire souhaitée par les clients de plus en plus exigeants et « zappeurs ».

lastminute.com et Selectour Voyages ont donc choisi de s'associer et de mettre en place une nouvelle stratégie multi-canal et une opération de marketing croisée inédite pour le plus grand bénéfice des clients.

La perception du client

Les études que lastminute.com et Selectour Voyages ont réalisées auprès des clients et prospects de chaque marque mettent en évidence une perception très segmentante des spécificités de chaque canal, telle que représentées dans le schéma suivant :



Le meilleur des deux mondes pour le client, grand gagnant de ce partenariat

Ce partenariat permet aux consommateurs de voyages et de loisirs, qu'ils soient internautes ou clients traditionnels d'agences de voyages, de concrétiser leur achat en leur offrant plus de liberté et de services grâce à :

- l'accès à l'offre voyages et loisirs la plus large du marché en fonction de leurs habitudes de consommation ou justement pour en changer,
- un canal de distribution supplémentaire online ou offline avec les atouts de chacun (accès 24/24, proximité...),
- la réassurance d'une agence physique pour les internautes,
- le conseil en agence auprès des 2 000 conseillers experts Selectour ou auprès des conseillers voyages du centre d'appel lastminute.com,
- le choix de préparer et concrétiser leurs séjours très à l'avance ou en dernière minute, quel que soit le canal,
- une diversification et une sécurisation pour tous les moyens de paiement y compris les chèques et les espèces dans les agences de voyages.

Quand il est sur le site lastminute.com, il peut préparer son voyage ou ses loisirs, choisir un produit et :

- concrétiser directement son achat en ligne,
- concrétiser son achat auprès du centre d'appel lastminute.com au 04 66 92 30 29,
- choisir l'agence de voyage Selectour la plus proche de chez lui et s'y rendre avec sa référence produit, soit pour être conseillé, soit pour choisir son moyen de paiement,
- demander à être contacté par l'agence Selectour de son choix en envoyant ses coordonnées.

Visible sur toutes les pages du site lastminute.com (ici, en page d'accueil)

The screenshot shows the homepage of lastminute.com. At the top, there is a pink navigation bar with the text "lastminute.com" and "pour vivre la vie en rose, sortez, partez". To the right, it says "commandez au 04 66 92 30 29 ou dans l'une des 500 agences Selectour". A blue arrow points to the phone number "04 66 92 30 29", which is circled in blue. Below the navigation bar is a menu with categories like "accueil", "promo", "vol", "sejour", "hotel", "location", "voiture", "croisiere", "france", "week-end court sejour", "bien-être", "restaurant", "billetterie", and "cadeau". Below the menu is a section for "Donnez nous votre avis en cliquant ici." and a large promotional banner for "flash spécial : petits prix pour plan de relance séjours de rêve à partir de 199€ TFC* n'attendez plus". To the right of the banner is a "séjour" search form with options for "séjour", "hôtel", "billetterie", "sur mesure", "voiture", "croisières", "location", "ville de départ", "destination", "prix", "mois", "jour", "plus ou moins", "nombre de nuits", and "nombre d'étoiles". Below the search form are sections for "top promos" and "actualité de saison" with various offers and images.

Quand il entre dans une agence Selectour, le client peut :

- avoir accès à toute l'offre lastminute.com sur les séjours (dont les offres de dernière minute) et les loisirs (restaurants, billetterie, cadeaux, voir détails page 9),
- venir avec une référence produit pour acheter l'offre choisie sur le site.



A partir d'aujourd'hui, des milliers d'offres de séjours, croisières, thalassos, locations, hôtels, voitures disponibles sur lastminute.com le sont donc également dans les 550 agences Selectour :



thaïez-vous

thailande, phuket
hôtel indigo pearl 5* luxe
9 ou 10 jours/7 nuits selon dates de départ
 avec petits-déjeuners
à partir de 890€ TTC*

*TTC : toutes taxes comprises, prix par personne, en chambre double, frais de dossier, taxes aéroportuaires (susceptibles de modifications sans préavis) et hausse carburant inclus, départ de paris le 21/06, 26/06, 05/07, 09/08, 16/08, 30/08, 13/09, 29/09 et 04/10/09, valable pour toute réservation du 01/06 au 15/06/09, ce prix comprend : les vols paris/phuket/paris sur vol spécial et airways via bruxelles sans changement d'avion, ainsi que les transferts aéroport/hôtel/aéroport, frais d'agence ; renseignez-vous dans cette agence, offre valable dans la limite des stocks disponibles, détail de l'offre, descriptif et conditions de vente lastminute.com, disponible sur le site www.lastminute.com



du bonheur, du bon temps, dubrovnik

croatie, dubrovnik
hôtel villa felicia 3*
8 jours/7 nuits
 en pension complète
 boissons comprises**
à partir de 489€ TTC*

*TTC : toutes taxes comprises, prix par personne, en chambre double, frais de dossier, taxes aéroportuaires (susceptibles de modifications sans préavis) et hausse carburant inclus, départ de paris les 19/06, 26/06, 25/07 et 02/10/09, valable pour toute réservation du 01/06 au 15/06/09, ce prix comprend : les vols paris/dubrovnik/paris (via split) à l'aller et au retour, selon les relations sur vol spécial dubrovnik air line (sous réserve de modification), les transferts aéroport/hôtel/aéroport, frais d'agence ; renseignez-vous dans cette agence, offre valable dans la limite des stocks disponibles, détail de l'offre, descriptif et conditions de vente lastminute.com, disponible sur le site www.lastminute.com

**vin, bière, eau, jus de fruits, sodas, à volonté au cours des repas, l'abus d'alcool est dangereux pour la santé, consommez avec modération



sea, souk, and sun

tunisie, djerba
hôtel jasmina 3*
8 jours/7 nuits en demi-pension
 au départ de paris
à partir de 199€ TTC*

*TTC : toutes taxes comprises, prix par personne, en chambre double, frais de dossier, taxes aéroportuaires (susceptibles de modifications sans préavis) et hausse carburant inclus, départ de paris les 25/06, 03/09, 18/10 et 08/11/09, valable pour toute réservation du 01/06 au 15/06/09, ce prix comprend : les vols paris/tunis ou monastir/paris sur vol spécial tunis air, nouvel air, karthago airlines ou transavia, les transferts aéroport/hôtel/aéroport, frais d'agence ; renseignez-vous dans cette agence, offre valable dans la limite des stocks disponibles, détail de l'offre, descriptif et conditions de vente lastminute.com, disponible sur le site www.lastminute.com



devenez écrevisse au bord de la mer rouge

égypte, hurghada
hôtel élysées 4*
8 jours/7 nuits
 en formule tout compris
à partir de 499€ TTC*

*TTC : toutes taxes comprises, prix par personne en chambre double, frais de dossier, taxes aéroportuaires (susceptibles de modifications sans préavis) et hausse carburant inclus, départ de paris les 13/06, 20/06, 12/09, 19/09, 18/10, 17/10/09 valable pour toute réservation du 01/06 au 15/06/09, ce prix comprend : les vols paris/hurghada/paris sur vol spécial lotus air, coral blue ou midwest airlines à titre indicatif et sous réserve de modification, les transferts aéroport/hôtel/aéroport, frais d'agence ; renseignez-vous dans cette agence, offre valable dans la limite des stocks disponibles, détail de l'offre, descriptif et conditions de vente lastminute.com, disponible sur le site www.lastminute.com

A la découverte d'un nouveau monde autour de la gastronomie :

lastminute.com et Selectour proposent une sélection de plus de 200 restaurants partout en France : bistrot typiques, étoilés Michelin, dîners spectacle ou croisières, brunches, déjeuner ou dîner ... tous les goûts sont au rendez-vous en version prépayée.

Cours d'œnologie, ateliers de cuisine ou dégustations complètent l'offre gastronomique.



Déjeuner chez Gill à Rouen : Gilles Tournadre sert une cuisine qui lui ressemble et qui est à la fois franche, solide et créative, avec des produits normands traités avec astuce mais grande précision - menu spécial de l'apéritif au café, boissons comprises.

97€ par personne

Demi-journée d'initiation à l'œnologie à Château Bas, à 25 km d'Aix-en-Provence : au cœur d'un domaine viticole, vous apprendrez les techniques de base de la dégustation, le vocabulaire technique et à développer votre jugement personnel.

48€ par personne

Menu autour de la crêpe au restaurant « Le Jardin des Cygnes » de l'Hôtel Prince de Galles les samedi midi : le Grand Chef Benoist Rambaud vous propose de redécouvrir les crêpes.

32€ par personne

Plus d'excuse pour rester chez soi : pièces de théâtre, concerts, cabarets, comédies musicales, spectacles pour enfants, visites et promenades se consomment sans modération sur lastminute.com et dans les agences Selectour.



Nouveaux talents ou spectacles renommés, théâtre classique, contemporain, comique ou encore café-théâtre, l'éclectisme est au rendez-vous.

*« Victor Hugo, mon amour » à la Comédie Bastille, avec Anthéa Sogno et Sacha Petronijevic - Rencontre, désir, amour, jalousie, exil, c'est l'histoire de ce couple mythique et mémorable qu'ont formé Juliette Drouet et Victor Hugo.
19€ au lieu de 24€*

*« Le clan des divorcées » d'Alil Vardar au Palace. La comédie culte aux 600 000 spectateurs.
21€ au lieu de 32€*

Thomas VDB, « En rock et en Roll » au Théâtre Comedy Club - 12 €

*Ensemble Orchestral de Paris - « Le Songe d'une nuit d'été », ouverture de Mendelssohn au Théâtre des Champs-Élysées.
de 5€ à 24€ en fonction des catégories (-50% de réduction)*

A offrir ou à s'offrir... une panoplie de cadeaux bien-être, sensations fortes, cours et ateliers :



Stage de pilotage GT - Au volant d'une Ferrari ou d'une Porsche, découvrez le plaisir de la vitesse sur circuit.

de 79 à 129€ (-30% de réduction)

Samedi Zen chez Cristal Zen It - Durant 3 heures, profitez d'un maximum de soins parmi une palette de prestations inédites et exclusives alliant technologies modernes et méthodes traditionnelles - 130€

Vol en hélicoptère pour découvrir Paris - de la Tour Eiffel à la Bibliothèque Nationale, du Sacré Cœur au Stade de France, de l'Arc de Triomphe à la Tour Montparnasse, attachez vos ceintures pour une expérience saisissante.

de 138€ à 239€

Maquillage et book photos à l'institut Nova Look : passez une journée de star; après avoir été maquillée par un professionnel, prenez la pose grâce à des conseils et repartez avec Votre book.

110.50€ par personne au lieu de 129.90€

lastminute.com et Selectour ont un sens de l'engagement, du service et du suivi de la qualité similaire en proposant à leurs clients de bénéficier du meilleur rapport qualité prix et de la garantie du meilleur service sur l'ensemble du process d'achat.

Le contrat Zen de lastminute.com

Le contrat Zen de lastminute.com garantit aux clients :

- **une totale transparence sur les prix**, tous affichés en TFC (Tous Frais Compris) et le remboursement de deux fois la différence si le client trouve moins cher ailleurs,
- **la qualité des produits** et propose les outils d'aide à la décision les plus pertinents : les séjours sont notés à la fois par des experts et les clients eux mêmes, pour permettre de choisir les vacances les plus adaptées à ses attentes. Les fiches hôtels comprennent les commentaires des internautes de Tripadvisor,
- **un suivi optimal tout au long du processus de commande et jusqu'au retour de voyage** : le service client est disponible 24/24 et 7/7 y compris les jours fériés, par téléphone, Internet ou e-mail,
- **une sécurisation totale des paiements** : les transactions sur le site s'appuient sur les technologies les plus avancées et le remboursement intégral en cas de fraude est assuré à 100%.

Par ailleurs, une société indépendante audite mensuellement l'ensemble des services clients téléphoniques (vente et suivi de commande) pour mesurer la qualité de service produite par les conseillers et perçue par les clients.

Sur lastminute.com, tout visiteur, client ou non, peut donner son avis sur le site, les produits et la relation clients, via le lien « votre avis ».

Le Serment d'hippocampe Selectour

Le serment d'Hippocampe de Selectour est l'engagement de chacun des 2 000 vendeurs experts de Selectour Voyages sur leur rôle de conseiller responsable de la qualité des vacances de leurs clients :

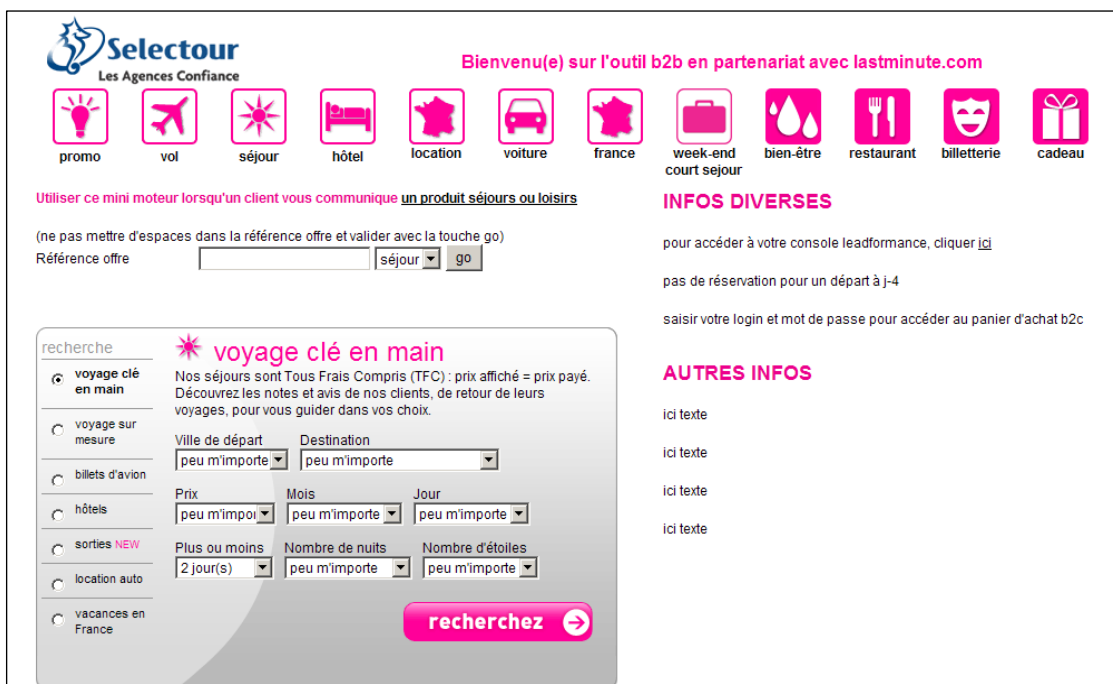
- **Voyager au juste prix** : « Je m'engage à construire votre voyage en cherchant toujours le meilleur équilibre entre votre projet, son prix et l'obligation de ne jamais vous décevoir. C'est parce que Selectour est totalement indépendant que je peux exiger et trouver la solution la plus adaptée à votre demande et au meilleur prix, en toute transparence. »
- **Voyager avant de partir** : « Je m'engage à proposer et mettre à disposition de mes clients toutes les informations et expériences permettant de leur faire goûter et comprendre à l'avance tous les aspects - évidents ou plus cachés - de leur prochain voyage. »
- **Voyager comme personne d'autre** : « Je m'engage à considérer chacun de mes clients comme mon 1er client et je n'aurai de cesse de trouver des solutions personnalisées qui correspondent précisément au projet de voyage qu'il m'aura confié. »
- **Voyager en toute sérénité** : « Je m'engage à créer autour de mes clients les conditions les plus confortables et les plus professionnelles pour que leur voyage ne souffre d'aucune fausse note et ne produise aucun stress. »
- **Voyager éthique** : « Je m'engage à faire mon métier avec le plus grand respect de la valeur de ce que je propose : un petit tour sur la planète et la rencontre des gens qui la peuplent.

La réservation en agence de voyages

Pour permettre l'accès à l'ensemble de ses offres, lastminute.com a développé une interface BtoB dédiée pour Selectour, accessible via un onglet sur H2.0 (le portail multi To de Selectour).












L'agent de voyage a donc accès à toute l'offre lastminute.com qu'il peut proposer au client aux mêmes tarifs que sur le site et notamment les offres de dernières minutes et les offres loisirs.

A la rentrée, le client pourra simplement donner le code produit qu'il aura préalablement repéré sur le site de lastminute.com.



Selectour
Les Agences Confiance

Bienvenu(e) sur l'outil b2b en partenariat avec lastminute.com

 promo
  vol
  séjour
  hôtel
  location
  voiture
  france
  week-end court séjour
  bien-être
  restaurant
  billetterie
  cadeau

Utiliser ce mini moteur lorsqu'un client vous communique un produit séjours ou loisirs

(ne pas mettre d'espaces dans la référence offre et valider avec la touche go)
 Référence offre séjour

recherche

voyage clé en main
 Nos séjours sont Tous Frais Compris (TFC) : prix affiché = prix payé. Découvrez les notes et avis de nos clients, de retour de leurs voyages, pour vous guider dans vos choix.

voyage sur mesure

billets d'avion

hôtels

sorties **NEW**

location auto

vacances en France

Ville de départ peu m'importe
 Destination peu m'importe
 Prix peu m'importe
 Mois peu m'importe
 Jour peu m'importe
 Plus ou moins 2 jour(s)
 Nombre de nuits peu m'importe
 Nombre d'étoiles peu m'importe

INFOS DIVERSES

pour accéder à votre console leadformance, cliquer [ici](#)

pas de réservation pour un départ à j-4

saisir votre login et mot de passe pour accéder au panier d'achat b2c

AUTRES INFOS

ici texte

ici texte

ici texte

ici texte

La personnalisation de l'offre lastminute.com par les agents de voyages

Dans cet espace BtoB lastminute.com, les agences pourront choisir les offres qu'elles souhaitent promouvoir et les imprimer. Cela leur permettra de proposer des produits en adéquation avec leur clientèle ou au départ de l'aéroport le plus proche.

lastminute.com

lastminute.com est le leader européen du voyage et des loisirs en ligne. Lancé en France en 1999, lastminute.com est le pionnier de l'e-tourisme dans l'hexagone. Chaque année, un million de clients lui font confiance et chaque mois, le site est consulté par près de trois millions de visiteurs uniques.

L'activité de lastminute.com se répartit à 80 % sur le voyage et 20 % sur les loisirs. Les séjours représentent 30 % de l'activité commerciale, l'aérien 25 %, le voyage sur mesure 20 % et l'hébergement 20 %.

Depuis 2005, lastminute.com fait partie du Groupe Travelocity, lui-même appartenant à Sabre Holdings Corporation (NYSE: TSG), leader mondial du commerce de voyages.

lastminute.com a toujours été avant-gardiste en créant notamment le voyage sur mesure (2003), l'outil « dates flexibles » pour les vols (2006), ou encore les hôtels « Top Secret » (2008).

lastminute.com a été le premier à afficher ses prix de manière totalement transparente (Tous Frais Compris) sur l'ensemble du site et à proposer un système de notation des produits par les clients (2007) ou encore les prix tous frais compris (TFC). Par ailleurs, le service de conseil et réservation par téléphone est un numéro national non surtaxé.

Le portail propose aujourd'hui la gamme la plus large de voyages et de loisirs (restaurants, billetterie et cadeaux), des promotions permanentes, des produits exclusifs et plus de 50 guides par destination ou thème de loisirs. Les internautes peuvent également bénéficier d'avantages personnalisés comme les ventes privées ou les ventes flash.

L'engagement qualité-prix est au cœur de l'activité de lastminute.com qui n'hésite pas à rembourser jusqu'à deux fois la différence si le client trouvait moins cher ailleurs. Le contrat Zen garantit la sécurité des achats à 100% et le remboursement en cas d'utilisation frauduleuse d'une carte de crédit.

Depuis février 2009, lastminute.com a décliné une nouvelle identité visuelle sur l'ensemble de ses supports, soutenue par sa nouvelle signature « *Pour vivre la vie en rose, sortez, partez* ». Un message universel qui exprime la mission que s'est fixée lastminute.com : proposer des expériences uniques et créer du plaisir au quotidien.

En savoir plus :

www.lastminute.com



Réseau leader d'agences de voyages indépendantes avec 550 points de vente, la coopérative Selectour Voyages a généré un volume d'affaires en 2008 de 1,55 milliards d'euros répartis entre la billetterie à hauteur de 64 % et le tourisme à 36 %.

Premier réseau d'agences de proximité, Selectour a choisi une trentaine de grandes marques du voyage, les meilleures compagnies aériennes et loueurs de voitures, les hôteliers les plus réputés pour la qualité de leurs produits et leur fiabilité.

Les agences Selectour se différencient à travers :

- Le conseil et l'expertise de professionnels du voyage,
- Un maillage dense qui permet une présence nationale,
- Un fort relationnel au sein du tissu économique, local et régional,
- Les meilleures banques de données (aérien, location de voitures, hôtels, ...),
- La puissance d'achat grâce à l'appartenance à l'Alliance.T,
- Une technologie de pointe au service des clients tourisme et société,
- Un engagement qualité fort auprès des clients avec le serment d'hippocampe.

Voyage d'affaires

Le réseau Selectour est également très présent sur le marché du Voyage d'affaires. Les agences Selectour Affaires garantissent à leurs clients société une puissance d'achat mondiale, un interlocuteur dédié à proximité, des technologies pour faciliter leurs déplacements et des outils pour gérer les budgets.

Selectour s'est également associé en 1993 au groupe Radius, premier réseau mondial d'agences indépendantes pour assurer à ses clients une parfaite continuité de service à l'international.

En savoir plus :

www.selectour.com

www.selectour-affaires.fr