ÉCONOMIE ET SOCIÉTÉ

Vacances en ligne... mais dans quels filets ?

En ce mois de mai, beaucoup de Français finalisent la préparation de leurs prochaines vacances en faisant nombre de démarches pour obtenir des vols, des locations et autres réservations en tout genre... L'an dernier, 77 % d'entre eux ont ainsi préparé leurs vacances par internet et 49 % ont réservé en ligne tout ou partie de leurs séjours. Bien entendu, ce phénomène croissant ne manque pas d'attirer nombre d'e-opérateurs qui tentent de séduire le client par des offres toujours plus alléchantes et bon marché... Mais attention, aujourd'hui dans la jungle des sites marchands de voyages, il est préférable de baliser son parcours, afin d'éviter de transformer le rêve en cauchemar et l'achat virtuel en désillusion bien réelle !

Selon une récente enquête du cabinet de consulting Phocuswright, les ventes de produits « touristiques » en ligne en Europe devraient cette année dépasser la barre symbolique des 50 % du marché global du tourisme, évalué à un peu plus de 264 milliards d'euros ! Cette tendance devrait s'accélérer (+10-12 % par an), avec désormais la montée en puissance de la vente en ligne de produits touristiques portant sur des activités de loisirs, des visites ou événements planifiés durant le séjour.

Car il faut bien en convenir, jusqu'à ce jour dans le domaine touristique, vues du côté de l'offre, ce sont globalement des choses simples qui se vendent en ligne, à savoir des billets d'avion et des chambres d'hôtel. A elles seules, les compagnies aériennes et les agences de voyage concourent à plus de 70 % des « e-ventes ».

Achat facile, mais...

Mais du point de vue de la demande d'un futur vacancier-voyageur, les choses sont tout autres ! Faire son choix, réussir à trouver le produit qui lui convient, dans l'offre pléthorique qui est proposée sur le web, s'apparente bien souvent plus à une recherche dans un maquis semé d'embûches qu'à un long fleuve tranquille ! « On découvre des pratiques ahurissantes » affirme Anne-Sophie Trcera, juriste à la Fédération Nationale des Associations des Usagers des transports.

Kayak, Voyages-SNCF, EasyJet, Expedia, Opodo, Air France... Jamais l'achat d'un billet d'avion n'a été aussi facile, aussi rapide, jamais le choix entre les boutiques virtuelles n'a été aussi large. Mais pourtant pour le consommateur qui prépare ses vacances, jamais peut-être (du moins pour les informés) le stress n'a été aussi élevé, tant les pièges sont nombreux et bien cachés...

La première attente d'un futur voyageur préparant son séjour en venant sur le web est « la recherche de la meilleure affaire » ; vient ensuite « la possibilité de visualiser les lieux et de se projeter dans ses futures vacances, notamment au travers de la recherche d'informations pratiques » ! Et chacun s'y emploie longuement, puisque, selon une récente étude réalisée par Google, le parcours d'achat d'un voyageur dure en moyenne 55,8 jours et l'internaute français consulte en moyenne 8 sites web, avant de se décider.

Un prix peut en cacher un autre !

Là, la première embûche apparaît, « l'IP tracking » : alors que vous effectuez votre périple sur le web et consultez, comparez les tarifs de voyages, d'hôtels, etc., vos passages et donc vos intérêts sont identifiés et retenus... Et afin de vous inciter à acheter au plus vite, à chaque nouveau passage, les prix montent et le nombre de places diminue... Rien de grave en soi, mais une addition qui peut grimper sensiblement pour toute personne qui ne connaît pas les astuces permettant de contourner cette première « arnaque » !

Une fois décidé, le consommateur passerait un peu plus de 2 heures sur les sites de voyage avant d'acheter... Et là commence une tout autre aventure où bien souvent rien n'est garanti in fine !

L'exemple de l'achat des billets d'avion est en cela symptomatique... car si nombre de sites, notamment de comparateurs de prix, répondent à votre requête, en proposant des prix attractifs, il faut le savoir, la plupart du temps, les prix ainsi affichés sont faux ou du moins volontairement expurgés de frais que le « chaland ferré » va découvrir au fur et à mesure de la procédure de réservation, de paiement, voire à l'embarquement !

Astuces et entourloupes

Première entourloupe, rapidement décelable, l'offre dont les dates ne correspondent pas à ce que vous avez demandé ou avec des correspondances quasiment impossibles. Puis viennent après les conditions de vente. Sachez qu'en dépit de plusieurs mises en garde de la Direction des Fraudes (DGCCRF) envoyées à plusieurs comparateurs et agences en ligne (Kayak, Travelgino, Liligo, Opodo, Go Voyages...), la plupart ne respectent toujours pas l'obligation de transparence des prix et d'affichage du prix réel payé.

Ainsi, beaucoup rajoutent in extremis, au moment du paiement, des frais « d'option », dus à un paiement par carte bancaire internationale (Visa, Mastercard...) ou à des frais de gestion, de transaction, voire à de prétendus forfaits annulation !

Déplorant ces pratiques, S. Cordier, responsable marketing d'une grande compagnie française, expliquait : « Nombre de ces sites affichent des prix inférieurs aux nôtres... C'est une pratique illégale... Mais, bien entendu, si vous allez au bout de votre réservation, vous paierez plus cher que si vous étiez passés par nous » !

Une offre... pour un client captif

Comme résumait récemment le journaliste économique Claude Soula : « On ne sait réellement qu'au moment de payer le prix réel du billet... Deux agences sont toutefois réputées pour leur transparence, l'américain Expedia et le petit français Misterfly » !

Mais que dire des soucis, en cas de problèmes sur un vol, d'erreurs de saisie de nom sur les billets ou de double réservation/facturation par des sites consultés appartenant à la même plate-forme ? « Les plaintes continuent de pleuvoir » affirme P. Kleffert, de l'association de défense des voyageurs CLCV.

Et C. Soula de conclure : « L'achat direct à une bonne compagnie aérienne reste le plus sûr, souvent garantit le meilleur prix et offre un accès direct aux services de vente en cas de problème... L'achat par une agence ne se justifie réellement que dans le cas des « billets complexes » que l'on pourra obtenir, grâce à l'amplitude de l'offre, à des tarifs promotionnels », justement en combinant plusieurs compagnies, voire des nuits d'hôtel ou des locations de voiture !

Car voilà bien l'autre grand marché de l'e-tourisme : les chambres d'hôtel ou locations en tous genres, dont les acteurs majeurs se nomment notamment booking.com, Hotels.com, Trivago... 93 % des clients utilisent internet pour rechercher un hôtel.

Là également, pas facile de dégager le vrai du faux, l'attrape-touriste du vrai bon plan ! Notez tout d'abord que, dans ce domaine aussi, les bonnes affaires affichées ne concernent que très rarement le « produit » vraiment désiré (type de chambre, période...) et, hélas, les belles réductions mises en avant le sont sur des produits haut de gamme, voire souvent sur des chambres dont le prix initial a été artificiellement gonflé auparavant !

Un miroir aux alouettes ?

Au final, le client ne découvrira qu'une fois sur place (s'il est curieux) que le tarif obtenu n'est pas toujours exceptionnel et parfois même plus élevé que celui qu'il aurait obtenu en s'adressant directement à l'hôtel, ou bien que la chambre est loin d'être la mieux située et la plus confortable !

De même, sachez que ces plates-formes cachent souvent de vraies belles opportunités, puisque loin d'être exhaustives et complètes, leurs offres ne mettent en avant que les structures d'hébergement avec lesquelles elles ont contractualisé (commission de 10 à 30 %) et en fonction du type, du quota de chambres attribuées par l'hôtel à la plate-forme.

Enfin, dernière précaution, si vous avez fini par trouver votre bonheur, notamment vers des destinations particulièrement prisées (Athènes, Rome, Barcelone...), assurez-vous, la veille de votre arrivée, que votre réservation sera bien honorée : car comme le font remarquer certains guides spécialisés, il n'est plus rare que certaines e-réservations individuelles soient sacrifiées, afin de réussir à caser tout un groupe de dernière minute !

Nous ne parlerons pas ici des séjours « tout compris » proposés sur le web, qui souvent se transforment en « tout compris sauf... » et que D. Beljanski, spécialiste s'il en est dans le secteur en France, n'hésite pas à qualifier de « miroir aux alouettes » !

Plus que jamais, il importe de s'informer réellement avant d'acheter en ligne et de prendre son temps, pour faire le bon choix !

« Un voyageur averti en vaut deux »

Mais, me direz-vous, il existe un « e-moyen » pour s'assurer de son bon choix, moyen utilisé par 88 % des voyageurs avant de se décider : les fameux sites d'avis en ligne, tel Tripadvisor ! Oui, mais sachez tout de même que cela est relatif, puisque selon la Direction de la concurrence, 45 % des commentaires ainsi postés sur le Net seraient faux !

Vigilance et recherches avisées doivent donc prévaloir... Et ce, d'autant plus que, comme le révélait une récente enquête auprès des Français, cette phase de préparation des vacances a un effet bénéfique sur leur moral ! Bon, nous voilà quelque peu avertis, et comme dit le proverbe, « Un voyageur averti en vaut deux »... Aïe, attention au surbooking !

E.C.