



LE SMS
level...com*

*Association des vendeurs de voyages en ligne

Site mobile :
les règles d'or

La volonté des marchands étant de privilégier la distribution multicanal, le développement des sites mobiles est en plein essor sans que le législateur se soit encore penché sur son traitement.

L'absence de législation spécifique ne signifie pourtant pas un vide juridique. Loin de là ! Les sites mobiles dans le marché de l'e-tourisme obéissent aux mêmes contraintes que celle de la vente en ligne et imposent de :

- faire figurer les informations légales exigées pour tout site,
- s'assurer du bon traitement des données personnelles,
- se conformer aux obligations d'information de la LCEN,
- respecter la règle du démarchage sur Internet et mettre en place la règle de "l'opt-in" pour tout spamming,
- contrôler la participation des internautes.

Anne-Sophie Poggi,
avocat associé,
aspoggi@derriennic.com

Notre conseil :

Notre conseil : n'oubliez pas l'arsenal législatif à respecter pour toute distribution via des sites mobiles (code du tourisme, code des postes et des communications, loi informatique et liberté, code de la consommation).

Fevad : l'e-tourisme rebondit au premier trimestre

Après avoir marqué le pas en 2009, l'e-tourisme retrouve ses niveaux de croissance de 2008 avec une progression de 20% du CA début 2010.

L'e-tourisme se distingue dans le bilan des ventes sur Internet publié par la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad) pour le premier trimestre 2010. L'indice iCE, qui réunit 39 sites marchands représentant 36% du chiffre d'affaires total réalisé sur Internet, connaît une croissance globale de 17% sur un an. Les agences de voyages en ligne remportent la palme de la plus forte croissance tous secteurs confondus, +20% par rapport au premier trimestre 2009. « L'e-tourisme réalise 9 Mds€ de chiffre d'affaires par an et en renouant avec sa croissance de 2008, il confirme son statut de leader du commerce sur Internet », analyse Marc Lolivier,

délégué général de la Fevad. En termes d'audience, mesurée en visiteurs uniques, le top 5 des agences de voyages en ligne les plus visitées a vu sa hiérarchie bousculée par rapport au dernier trimestre 2009. Si Voyages-sncf.com conserve sa place de leader, Promovacances celle de coleader, les trois marques arrivant ensuite se tiennent dans un mouchoir de poche, Voyage pri-

| Audience des sites * | | | |
|----------------------|---------------------------|----------------------------|----------------|
| | 4 ^e trim. 2009 | 1 ^{er} trim. 2010 | Évolution en % |
| | en millions | | |
| Voyages-sncf | 7 082 | 6 964 | - 1,7 |
| Promovacances | 2 785 | 3 826 | + 37,4 |
| Lastminute | 1 935 | 2 337 | + 20,8 |
| Voyage Privé | 1 951 | 2 314 | + 18,6 |
| Opodo | 1 644 | 2 147 | + 30,6 |

* Visiteurs uniques.

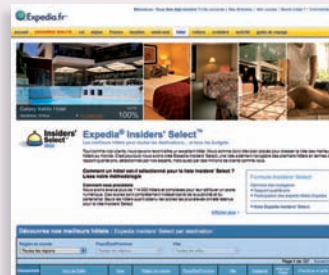
Source: Médiamétrie / NetRatings - fevad

vé se faisant chiper la troisième place par lastminute. Opodo réalise une jolie progression de 30% de son audience. « Plus de 11 millions d'internautes ont consulté un de ces sites au premier trimestre 2010, soit un internaute sur cinq », explique Bertrand Krug, directeur des études Médiamétrie/NetRatings. Un

poinds à relativiser puisqu'un seul site de tourisme, Voyages-sncf.com, se classe dans le top 15 des sites e-commerce les plus visités, à la huitième place. Le probable levier de croissance réside sans doute dans les ventes mobiles, où le tourisme réussit mieux que d'autres secteurs. La Fevad publiera d'ailleurs, en juin, une étude des comportements sur ce canal de vente. **Bruno Gomes**

Expedia valorise sa sélection d'hôtels

Avec cette nouvelle édition de sa sélection d'hôtels lancée en 2007, Expedia innove et met en valeur les hôtels primés par un macaron sur les pages de résultats de recherches et de réservations. Baptisé Insider's Select, ce programme établit un classement parmi 114 000 établissements (parmi les 123 000 en portefeuille) proposés aux internautes. Trois critères d'évaluation permettent d'attribuer une note générale : l'opinion des voyageurs, la catégorie de l'hôtel et l'avis de ses propres équipes internes de production. Le site revendique 12 000 commentaires postés chaque semaine et un



▲ Le site revendique déjà un million de commentaires.

million déjà enregistrés par des voyageurs ayant séjourné dans les hôtels. Une méthode qui rappelle celle de TripAdvisor avec ses Travellers'Choice, également propriété du groupe Expedia, mais dont les sélections ne coin-

cident pas. Au total, Insider's Select de Expedia propose 2 525 hôtels du monde entier via une page dédiée ou le moteur de recherche. 40% des établissements se situent en Europe et « l'hôtellerie française arrive en tête du classement avec 130 établissements », selon Expedia. Autant de gages qui paraissent être donnés aux hôteliers alors que le syndicat professionnel, le Synhorcat, a assigné en justice Expedia avec Hotels.com et TripAdvisor le 15 avril, « afin d'établir des pratiques commerciales loyales pour les hôteliers et une juste information pour le consommateur ». **B.G.**