



Travelzoo (Europe) Ltd
27, avenue de l'Opéra
75001 Paris
www.travelzoo.fr

Contact presse :
Caroline Melin
Tika Media
+33 (0)1 40 30 95 50
caroline@tikamedia.com
www.tikamedia.com

COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 7 avril 2011

L'impact des événements géopolitiques et catastrophes naturelles sur les prochains voyages des français

Travelzoo (NASDAQ: TZOO), dénicheur de « bons plans voyages » sur Internet, livre aujourd'hui les résultats d'une enquête focalisée sur le ressenti de ses abonnés suite aux différents problèmes géopolitiques et catastrophes naturelles survenus depuis le début de l'année. Ces résultats révèlent notamment les peurs du plus grand nombre de planifier de futurs voyages sur certaines destinations.

« Dans le but de répondre au mieux aux attentes de nos abonnés, nous avons souhaité connaître leur ressenti sur les diverses crises qu'a connu le monde et par la même occasion l'industrie du voyage depuis janvier 2011 », confie Axel Mazerolles, Directeur France de Travelzoo. « Nous accompagnons depuis quelques années nos abonnés en leur proposant toutes les semaines les offres les plus pertinentes en tenant compte de leurs besoins, et nous devons, par souci de transparence, leur poser ouvertement ces quelques questions. »

Les indicateurs clés issus du sondage de Travelzoo :

- Impact des crises géopolitiques du Moyen-Orient et du Maghreb (Egypte, Tunisie, Lybie, Bahreïn) sur les prévisions de séjours loisir :
Près de 70% des personnes interrogées envisageaient un séjour dans un de ces pays avant la situation de crise actuelle. Aujourd'hui 72% avouent être moins enclins à prendre des vacances dans cette région.
Les 28% restants affirment que la probabilité pour qu'ils voyagent au Moyen-Orient et au Maghreb n'est pas affectée par la situation actuelle.
- Destinations de substitution :

S'ils ne sont pas susceptibles d'aller au Moyen-Orient dans les 6 prochains mois, 20% des abonnés Travelzoo plébiscitent la France et 18% l'Espagne. New York et les Caraïbes arrivent juste derrière avec respectivement 13 et 11%. C'est ensuite la Thaïlande et l'île Maurice qui retiennent le choix des abonnés avec 8% ex-æquo.

- Enquête de ressenti sur 12 destinations :

Une question ouverte sur le Maroc, la Grèce, Dubaï, la Jordanie, Oman, la Turquie, la Tunisie, Le Caire, Sharm el Sheikh, Chypre, le sud de l'Espagne (avec les Baléares) et les Canaries permettent à Travelzoo de mieux appréhender les futurs choix de ses abonnés.

Les destinations qui rassurent sont l'Espagne (35% de personnes désireuses d'y voyager), les Canaries (32%), la Grèce (24%), Chypre (19%), la Turquie (15%) et le Maroc (14%).

Au contraire, les destinations que les abonnés sont actuellement beaucoup moins enclins à privilégier sont le Caire (71%), Sharm el Sheikh (66%), la Tunisie (66%), la Jordanie (66%), Oman (64%), et Dubaï (50%).

- A plus long terme, de nouveaux départs pour le Moyen-Orient et le Maghreb

Une fois la crise géopolitique passée dans cette région, 65% des abonnés Travelzoo souhaitent à nouveau y planifier des séjours.

- Le danger vu par les consommateurs :

Selon les abonnés français de Travelzoo, le Japon, suite au tremblement de terre et au risque nucléaire, est la destination la plus dangereuse actuellement avec 18% des réponses. Suit de près l'Égypte avec 14%, puis Israël avec 11%, la Jordanie avec 10%, l'Afrique du Sud avec 8%, Oman avec 7% et le Maroc avec 6%. La Nouvelle-Zélande, l'Australie et Dubaï ont un taux de réponses de 5% chacun.

- Impact du séisme au Japon, un frein pour les voyages en Asie :

59% des abonnés Travelzoo avouent ne pas se sentir prêts à partir en Asie.

D'ailleurs, s'ils devaient partir en Asie dans les prochains mois, ils éviteraient la Chine (56%), la Thaïlande (18%), la Malaisie (57%) et Singapour (6%).

8% des abonnés éviteraient également de partir en Australie.

- Le délai pour de nouveaux voyages au Japon :

1% des abonnés envisage de partir au Japon dans les 4 prochains mois, et 3% dans 4 à 6 mois, par contre 51% des abonnés ne sont pas contre redécouvrir le pays du soleil levant dans plus de 6 mois. Les autres, 45% ont pour l'instant abandonné l'idée d'y aller un jour.

- Qui redonne confiance aux consommateurs ? Comment changent-ils d'avis ?

Dans une future prise de décision concernant leurs prochains voyages dans ces quelques pays en trouble actuellement, 51% des abonnés seront à l'écoute des conseils d'organisations gouvernementales officielles (comme les Ambassades de France). 17% pensent plutôt faire confiance aux articles de presse, 15% aux avis d'internautes postés suite à un retour de voyage, 10% iront plutôt consulter les conseils dispensés par les compagnies aériennes et les Tour Opérateurs.

Seuls 7% des abonnés se fieront au bouche à oreille. Cette fois, les amis et la famille ne sont donc pas « bons conseillers ».

Plus de détails sur cette étude sont disponibles sur demande.

* Source: Enquête Middle East Travelzoo, 26/29mars 2011. 16 000 abonnés français ont été questionnés, dont 382 ont répondu à toutes les questions de ce sondage. L'étude a été réalisée en ligne avec la solution QuestionPro, aucune récompense n'a été proposée.

A propos de Travelzoo

Travelzoo Inc. est une société média Internet. Avec plus de 22 millions d'abonnés en Amérique du Nord, en Europe et en Asie du Pacifique et 23 bureaux dans le monde, Travelzoo® publie les offres de plus de 2 000 sociétés de voyages, de loisirs et de marchands. Les experts Travelzoo passent en revue les meilleures offres pour s'assurer de leur valeur. En Asie Pacifique, Travelzoo est détenu et géré par Travelzoo (Asia) Ltd et Travelzoo Japon K.K est sous un accord de licence avec Travelzoo Inc.

Certains énoncés contenus dans ce communiqué de presse qui ne sont pas des faits de nature rétrospective peuvent s'avérer être des énoncés prospectifs au sens de l'article 27A de la Securities Act de 1933 et de l'article 21E de la Securities Exchange Act de 1934. Ces énoncés prospectifs peuvent comprendre, mais sans s'y limiter, des énoncés portant sur nos projets, objectifs, attentes, perspectives et intentions, les marchés dans lesquels nous évoluons, ainsi que d'autres énoncés contenus dans ce communiqué qui ne sont pas des faits de nature rétrospective. Lorsqu'ils sont utilisés dans ce communiqué de presse, les mots « s'attendre à, prévoir, projeter, anticiper, croire, estimer, avoir l'intention de, planifier, chercher » et d'autres expressions semblables servent généralement à identifier les énoncés prospectifs. Puisque ces énoncés prospectifs impliquent des risques et des incertitudes, il existe des facteurs importants qui peuvent entraîner un écart considérable entre les résultats réels et ceux mentionnés ou sous-entendus par ces énoncés prospectifs, y compris les changements dans nos plans, objectifs, attentes, perspectives et intentions ainsi que d'autres facteurs décrits dans nos documents déposés auprès de la SEC. Nous ne pouvons pas garantir les niveaux futurs d'activité, de performances ou de réalisations. Travelzoo® ne s'engage pas à mettre à jour les énoncés prospectifs pour refléter les événements ou circonstances se produisant après la date du présent communiqué. Travelzoo® et Top 20 sont des marques déposées.

###