

Agences de voyages en ligne, sites de vols et séjours «discountés» et e-intermédiaires de la réservation de billets captent une part croissante de la marge du secteur. Dans un contexte de crise, les acteurs traditionnels souffrent.

Les visiteurs du salon Top Resa, qui se tient cette semaine à Paris, vont parler Seychelles, Saint-Domingue ou Tunisie. Mais ces 25.000 professionnels et 1 100 exposants vont également aborder les bouleversements provoqués par l'irruption d'Internet dans le secteur.

Réserver son hôtel, payer moins cher son billet d'avion ou son voyage entier: les acteurs «physiques» du tourisme, qui rencontrent leurs clients dans le monde réel, souffrent de plus en plus de la désintermédiation rendue possible par l'essor d'Internet. «19 millions de Français, soit 57 % des partants, ont préparé leurs vacances sur Internet entre juin 2011 et mai 2012», détaille Didier Arino, directeur du cabinet Protourisme. Et de plus en plus passent directement à l'acte sur Internet. Selon SIA Conseil, les ventes de voyages en ligne ont atteint l'an dernier 15,8 milliards d'euros, sur un marché total de 74 milliards.

[en savoir plus](#)

Consultez la source sur Veille info tourisme: [Internet bouleverse la rentabilité du tourisme](#)