

Moviments a la infomediació francesa



Tipus: [1]

Autor: Membre inactiu

Creació: Publicat per Membre inactiu el 19/06/2015 - 11:38 | Última modificació: 19/06/2015 - 12:08

Categories: Comunitat virtual

Etiquetes: França; mercat francès; mercats emissors; promoció; comunicació; infomediació

Contingut relacionat :



Els turistes francesos s'organitzen (majoritàriament) ells mateixos les seves vacances, sobretot a destinacions properes (geogràfica i culturalment) i, en les que a més a més, el sentiment de seguretat és tant elevat com a casa nostra. Tradicionalment les guies de viatges i els mitjans de comunicació (premsa magazine, radio i televisió) han estat i, de fet continuen sent, importants prescriptors per les destinacions turístiques. A aquests s'han afegit els mitjans on-line i, des de fa uns 10-15 anys, els webs d'infomediació.

A nivell turístic, a França, el web de voyages-sncf, ocupa el 1er lloc, fins i tot per davant del (cada cop) més poderós Tripadvisor*.

Altres actors destacats en aquest segment són routard.com [2] o easyvoyage.com [3]. La versió on-line de la popular guia de viatges Le Routard (nº1 en vendes a França), alia informacions sobre destinacions, fòrum de viatgers i motor de reserves, i rep més de 3,5 milions de visites úniques al mes. Tot i que encara no és públic, el seu web està actualment en fase de "revisió" i, en els propers mesos s'espera que hi hagi una nova versió, més fresca, ergonòmica i adaptada a les darreres tendències de navegació.

Amb gairebé 2 milions de visitants mensuals, el portal Easyvoyage.com [3], més discret fins ara, acaba de ser comprat pel gegant Webedia [4], grup editorial especialitzat en mitjans on-line temàtics i que acumula més de 21 milions de visitants únics/mes. Aquesta compra permetrà a Easyvoyage.com [3] incrementar la seva visibilitat,



captar nous usuaris, generar un major tràfic web i augmentar la monetització de la seva audiència.

Aquests webs d'infomediació han anat evolucionant, orientant-se, cada cop més al marketing de les destinacions turístiques, tant locals, regionals, nacionals i internacionals, i proposant a les mateixes així com als seus partners, una major projecció. Per tant, més enllà dels mitjans de comunicació tradicionals, esdevenen actors a tenir en compte a l'hora de plantejar campanyes de promoció i de comunicació envers el mercat turístic emissor francès.

*mediametrie/NetRankings Abril 2015: voyages.sncf.com 7.420.000 visitants únics/mes; TripAdvisor 5.929.000 visitants únics/mes.

Categories: Comunitat virtual

Etiquetes: França; mercat francès; mercats emissors; promoció; comunicació; infomediació

- [5]

URL d'origen: <http://comunitaturisme.diba.cat/news/2015/06/19/moviments-infomediacio-francesa>

Enllaços:

[1] <http://comunitaturisme.diba.cat/>

[2] <http://www.routard.com>

[3] <http://www.easyvoyage.com>

[4] <http://www.webedia.fr>

[5] <http://comunitaturisme.diba.cat/node/3568>