

Mon travail de fin d'étude a pour sujet l'évolution de la communication hôtelière par rapport aux agences de voyage en ligne. Internet est rempli d'articles à ce sujet, notamment sur booking.com. Cependant je peine à trouver de bonnes références dans les monographies. Peut-être connaissez-vous des ouvrages qui pourraient m'aider?

Réponse apportée le **04/01/2014** par PARIS Bpi – Actualité, Art moderne, Art contemporain, Presse

A partir de notre catalogue , voici ces ouvrages trouvés sur le e-marketing dans le secteur du tourisme.

Auteur : Ohayon, Rémi

Titre : Addi(c)tion : le hold-up des intermédiaires du tourisme en ligne /

Éditeur : Lyon : Page d'écriture, 2013

Résumé : Cet ouvrage décrit les conséquences du succès des portails de réservation d'hôtels et de restaurants en ligne pour le secteur de l'hôtellerie-restauration. Il déplore la fin de la relation directe entre les établissements et le

client, et dénonce une concurrence et des pratiques déloyales. Des conseils sont également proposés aux professionnels indépendants et aux consommateurs.

Titre : E-tourisme interactif : Les enjeux des infomédiations sur l'offre et la demande touristique ;

Éditeur : Paris : la Documentation française, 2005

Description : 448 p. ; 24 cm

Résumé : cette étude analyse les évolutions socio-économiques que Internet a entraîné dans le secteur du tourisme

Il existe surtout beaucoup d'articles sur ce sujet disponibles à la Bpi comme ceux-ci parmi les plus récents :

– Les agences traditionnelles face à l'e-tourisme. La fin du voyage

Le Nouvel économiste – 20 septembre 2013 – supplément au n° 1681 – pp 13-15

Nécessité pour les agences de voyage traditionnelles de s'adapter face aux changements de comportement des consommateurs et aux évolutions du marché. Celui-ci est marqué par l'essor de nouveaux acteurs issus de divers secteurs (compagnies aériennes, grande distribution, etc.), par l'essor du e-commerce et des consommateurs qui se mettent à auto-produire eux-mêmes leurs vacances. Toutefois, les agences de voyage ont encore une belle carte à jouer, en créant de la valeur ajoutée, en se repositionnant et en faisant évoluer leur modèle économique. L'agence de demain pourrait ainsi faire de la veille pour ses clients et les accompagner dans leurs recherches. Des précisions. Pas de chiffres.

– Ces tendances qui changent l'industrie du tourisme

Trends – 12 décembre 2013 – n° 50 – pp 78-80

Panorama, en décembre 2013, des nouvelles tendances de tourisme, qui se développent en Europe et aux Etats-Unis, via Internet. Ces nouvelles formes de vacances, emblématiques de l'économie collaborative, concurrencent fortement les agences de voyage classiques .

Cordialement,

Eurêkoi – Bpi (Bibliothèque publique d'information)

<http://www.bpi.fr>

[Home A](#)