



Communiqué de presse

## Vacances de Février 2006 Le boom des Soleils d'hiver

Paris, le 03/02/06 – A l'approche des vacances de février 2006, Promovacances révèle les grandes tendances de la saison à partir des réservations enregistrées sur son site. Les Français recherchent la chaleur et privilégient les longs courriers vers les destinations soleil.

### Les Soleils d'Hiver en forte croissance

**+40% de départ au soleil en février 2006 ♦ Le Kenya, invité surprise du palmarès ♦ Chic et chaud, Dubaï confirme la forte progression du début d'année ♦ Les consommateurs exigent le meilleur qualité/prix**

- En tête du **quinté des séjours** pour les vacances de février, on retrouve les grands classiques du soleil d'hiver : la **République Dominicaine**, suivie de la **Tunisie**, du **Maroc**, de l'**Egypte** et de l'**Ile Maurice**, qui reste le grand vainqueur de l'hiver avec une croissance moyenne de +50% par rapport aux vacances de février 2005. Point commun de ces destinations ? Des températures clémentes et des formules tout compris offrant un excellent rapport qualité/prix, qui conservent un grand pouvoir d'attraction sur les familles.

La **Martinique** (sur la 6<sup>e</sup> marche du podium) et **Cuba** (7<sup>e</sup>) confirment leur position de destinations montantes. Evocatrices de chaleur, de détente et d'exotisme, ces deux îles sont plébiscitées par une clientèle de plus en plus large, d'autant que l'hiver est la saison la plus propice à leur découverte (Température de la mer à 24° à la Havane et 25° à Fort-de-France). Le **Mexique** (la Riviera Maya) et le Brésil (notamment Rio de Janeiro et la pittoresque région de Natal) ferment la marche de ce Top 10 particulièrement *caliente*.

- Grand outsider de l'hiver, **le Kenya**, se hisse parmi les destinations les plus demandées, avec une croissance de la demande de +60% par rapport à 2005. La côte du pays, souvent en dents de scie, bénéficie d'un contexte politique calme. Et c'est tant mieux, car l'hiver est la meilleure saison pour apprécier les multiples richesses du pays : observation des Big Five dans le Masai Mara et le Tsavo, baignades sur les plages blanches de Mombasa (Température de la mer à 27° en février). Les formules combinant circuit et séjour balnéaires séduisent particulièrement les moins de 40 ans et les couples.

Enfin, destination à la mode entre toutes, **Dubaï** a plus que jamais le vent en poupe et multiplie ses ventes par deux par rapport à février 2005. Même le report *sine die* des célèbres soldes, suite au décès de l'émir de Dubaï, ne semble pas avoir affecté l'incroyable progression de la destination ! Les hôtels 4 et 5\* sont les plus demandés.

- **Le bon rapport qualité/prix reste un critère déterminant de choix.** Les internautes n'hésitent plus à acheter des voyages plus lointains et plus chers (on observe une hausse du panier moyen de 15% par rapport à février 2005). Opportunistes, matures et familiers des réservations sur Internet, ils savent mieux que jamais faire jouer la concurrence pour sélectionner les meilleures prestations au meilleur prix.

### **Les séjours à la neige maintiennent le cap Stabilisation de la demande par rapport à février 2005 ♦ Les Alpes du Nord au sommet ♦ Le succès des formules tout compris ♦ Les petites stations séduisent un public familial**

Les réservations de février 2006 plébiscitent **les stations des Alpes du Nord** (La Plagne, Valfréjus, Valmorel, Serre-Chevalier, Avoriaz, St-François-Longchamp, Valmorel) au détriment des Alpes du Sud, en perte de vitesse.

Tendance forte en 2006 : **le succès des formules tout compris** (incluant la location, les colis repas, le forfait remontées mécaniques et le matériel de ski), idéales pour les accros de la glisse et les jeunes skieurs, peu désireux de gaspiller du temps en réservation et en logistique.

Le **succès des stations à dimension humaine** auprès **des familles se confirme** (Samoens, Saint-François-Longchamp, Val-Cenis, Puy-Saint-Vincent, Orcières-Merlette). Les critères de choix invoqués au moment de la réservation : le petit prix, la convivialité, et la recherche d'un séjour multi-activités, capable de satisfaire les envies de toute la famille.

#### A propos de Promovacances

Avec 1,5 million de visiteurs uniques par mois, Promovacances est le N°1 français de la vente de séjours sur Internet. Le site propose aujourd'hui l'offre de voyages la plus large et la plus complète du marché, avec des petits prix sur plus de 200 destinations : séjours, circuits, week-ends, locations, vols secs... Afin de maîtriser parfaitement les produits de son catalogue, en terme de prix, de qualité, et de disponibilité, Promovacances produit lui-même une partie de ses séjours, en négociant directement avec les compagnies aériennes et les réceptifs hôteliers. Chaque mois, des chefs de produits parcourent le monde afin de trouver les meilleurs produits et contrôler la qualité des prestations.

En 2005, Promovacances a fait voyager près de 400 000 passagers à travers le monde entier. Sur les 2 dernières années, la société, qui compte environ 400 salariés, a connu une progression de son activité de plus de 50 % par an.

**Toutes nos offres de voyages sur le [www.promovacances.com](http://www.promovacances.com)  
ou au 0892 232 626 (0,34€/mn).**

#### **Contact Presse :**

PRO File Presse

01 46 05 12 67

**Leslie Boutin** / lboutin@pro-file-presse.com