



Nombreux sont ceux qui consultent les avis sur les voyages disponibles en ligne pour mieux comprendre ce qu'il est plus ou moins important de voir et de faire à l'étranger – souvent une fois que la destination a été choisie. Ils s'appuient également sur les conseils de leurs amis et de leur famille.

*« I look at reviews and ask friends for their input on certain places. [Je lis les avis et je demande à des amis de me donner leur avis sur certains endroits.] »*

*« I compare reviews that I read online. [Je compare les avis que je lis en ligne.] »*

*« I ask people's opinions on social media about places that I am going to. [Je demande l'opinion des gens sur les médias sociaux à propos des endroits que je visiterai.] »*

*« I rely heavily on other people's reviews. [Je compte beaucoup sur l'avis d'autres personnes.] »*

*« Je demande à des amis ou de la famille qui y sont déjà allés. [I'll ask friends or family that have been there.] »*

Comme on pouvait s'y attendre, la grande majorité de ceux qui planifient un voyage se contente de « googler » la destination pour en savoir plus à son sujet. C'est généralement la première activité de planification qu'ils font.

Les experts et autorités en matière de voyages, comme Lonely Planet ou Fodor's et le Guide du routard (à Montréal), sont une source d'information pour certains voyageurs, même si ce ne l'est pas nécessairement pour la majorité. Comme nous l'avons déjà mentionné, la plupart commencent par faire une vaste recherche en ligne, puis précisent leur recherche. Seul un très petit nombre de participants disent utiliser ces sites et ils sont encore moins nombreux à consulter les livres imprimés. L'une des principales préoccupations des participants est d'avoir l'information la plus à jour, ce qui, à leur avis, est plus souvent le cas en ligne. Cela dit, un répondant francophone de Montréal a laissé entendre que le fait d'avoir une copie imprimée (le livre de voyage) est particulièrement utile une fois à destination et offre une solution de rechange pratique, puisque les voyageurs ne peuvent pas toujours être connectés. Un autre participant a mentionné les avantages de pouvoir le lire dans l'avion.

*« They're expensive and somewhat obsolete now with all the apps. [Ils sont chers et un peu obsolètes maintenant avec toutes les applications.] »*

*« I like having the book version, but I am always worried about when it was printed. [J'aime bien avoir la version papier, mais je me préoccupe toujours de sa date de publication.] »*

*« Je vais toujours apporter un livre comme Lonely Planet... parce que je n'ai pas tout le temps accès à Internet. [I will always have a book like Lonely Planet with me... because I do not always have internet access.] »*

Il est important de noter que la plupart des participants font eux-mêmes tous leurs préparatifs de voyage, généralement en réservant billets, hébergement, etc. en ligne. Très peu disent avoir recours aux services d'un agent de voyages, même si certains visitent parfois des points de vente comme Flight Center. Toutefois, rien ne donne à penser que les agents de voyages ne jouent pas un rôle clé pour donner de l'information aux voyageurs ou influencer leur choix de destination ou d'activités à faire à l'étranger. Comme mentionné dans une section ultérieure qui porte sur le point de vue des professionnels du voyage, ces derniers demeurent assez actifs à ce chapitre, même s'ils utilisent aussi beaucoup les sources en ligne pour réunir de l'information et des conseils sur les voyages à l'étranger.