



LE SMS
level...com

*Association des vendeurs de voyages en ligne

Les obligations liées à la LCEN

1. La mise à disposition des conditions générales de vente (CGV)
La Loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) impose au site marchand de publier ses CGV.

Notre conseil :

Insérez sur votre site un onglet spécifique contenant les CGV et un encadré obligeant à en prendre connaissance.

2. Les mentions obligatoires préalables à la conclusion du contrat

Toute offre en ligne doit énoncer, selon le code de la consommation :

- l'identité du cyber-agent ;
- les frais de livraison le cas échéant ;
- les modalités de paiement, de livraison/d'exécution ;
- l'existence d'un droit de rétractation de 7 jours (sauf si la prestation est inférieure à ce délai) ;
- la durée de la validité de l'offre et du prix.

3. La contractualisation : le système du "double-clic"

Le premier clic permet de valider le récapitulatif de la commande, avec la possibilité de modifier/d'annuler. Le second clic vise l'approbation. L'agence doit accuser réception du contrat par e-mail. Lorsque l'écrit est nécessaire (cas du forfait), la LCEN a prévu des dispositions relatives à la contractualisation en ligne.

Anne-Sophie Poggi, avocat associé,
www.derriennic.com

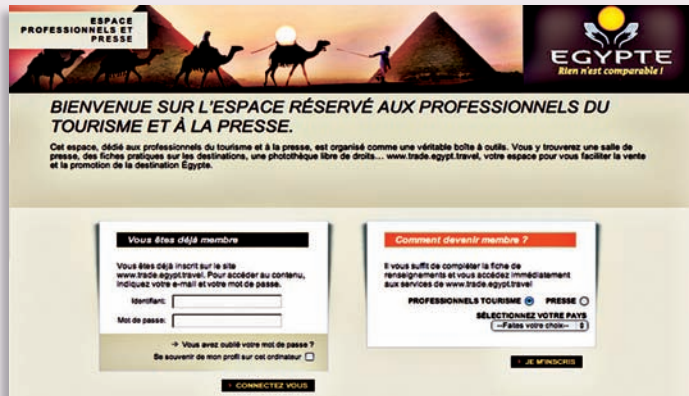
Nos conseils :

- Recueillez le consentement écrits des internautes pour les forfaits.
- Conservez 10 ans des contrats conclus par voie électronique.

L'Égypte voit l'e-learning en vidéo

Le pays des pharaons innove avec le lancement prochain d'un programme d'e-learning vidéo. Objectif : former des experts de la destination.

Le Bureau du tourisme de l'Égypte lance, en mai prochain, son tout premier programme d'e-learning. Cet outil de formation à distance lui permettra de transformer des agents de voyages motivés en professionnels "incollables" de la destination. « Nous visons une centaine d'experts dans un premier temps, indique Nahed Rizk, directeur du Bureau du tourisme de l'Égypte. À terme, nous espérons avoir 400 experts. Mais le nombre n'est pas un objectif en soi ! Nous privilégions le qualitatif au quantitatif. Le risque, c'est de désigner un trop grand nombre de vendeurs certifiés aux connaissances limitées. » C'est l'agence de marketing Article Onze qui développe ledit programme. « Nous avons choisi un format proche du reportage, qui se veut dynamique et pédagogique », souligne Sandrine Ledru, directeur associé d'Article Onze. Dans le détail, il s'agit de 11 modules vidéo, sur des connaissances globales et des thématiques comme le golf et la plongée. Ces clips seront accessibles



▲ L'e-learning de l'Égypte est au cœur d'un programme de certification des agences. Son coût : 200 000 € sur deux ans. Après la France, d'autres marchés pourraient le déployer.

via le site BtoB www.trade.egypt.travel. Les professionnels pourront les visionner à leur rythme, puis passer trois examens, sous la forme de questions à choix multiples. 80 % de bonnes réponses leur feront gagner trois paliers de certification (bronze, argent, or). C'est à l'issue de l'ensemble des tests qu'ils seront reconnus comme experts de l'Égypte. À ce titre, ils seront gratifiés d'un certain nombre d'avantages : un forum commun, des lettres d'information électroniques, des éducteurs... Le

bureau promet de les choyer comme des VIP, pour les fidéliser. Cerise sur le gâteau : www.egypt.travel fera la promotion des experts de l'Égypte. Philippe Demonchy se charge de développer un moteur de recherche ad hoc sur ce site grand public. Pour mémoire, l'ancien président du réseau Selectour a déjà mis au point une technologie s'inscrivant dans cet esprit : c'était Partiravec.com, un portail mis en sommeil, qui voulait mettre en relation des agences spécialistes et les internautes. **Linda Lainé**

CroisiEurope enfin en BtoB

Et vogue la croisière ! Le groupe alsacien, spécialiste du tourisme fluvial, vient d'inaugurer son site professionnel.

C'est l'agence Conseil Voyage Tours (37) qui a bouclé le premier dossier sur le nouveau site professionnel de CroisiEurope : <http://pro.croisieurope.com> Il s'agissait d'une croisière de 6 jours pour 4 personnes, entre Strasbourg et Amsterdam. Cette nouvelle adresse, les agences Afat, puis E.Leclerc Voyages, l'ont découverte en avant-première. À leur tour, les autres réseaux vont progressivement recevoir des codes d'accès. À travers son espace profession-

nel, CroisiEurope/CroisiMer place toute sa production individuelle à portée de clics. Parmi les fonctionnalités offertes, figurent la recherche multicritère de disponibilités, la pose d'options, la confirmation et le suivi de dossiers.

■ DÉJÀ UN TRAVEL D'OR POUR CROISIEUROPE.COM

Sans oublier le téléchargement d'affiche de promotions. Gageons que le site professionnel soit aussi performant que

son grand frère BtoC ! Croisieurope.com vient de recevoir un Travel d'Or pour son Web grand public CroisiEurope.com, dans la rubrique "Croisières et transports maritimes". Le groupe, qui a son port d'attache à Strasbourg, annonce avoir transporté 192 000 passagers en 2008, sur l'un de ses 27 bateaux. 60 % des ventes passent par les agences, le restant étant réalisé par les auto-caristes et des partenaires étrangers. **L. L.**