

M-Tourisme et réseaux sociaux : les pratiques des clientèles européennes

Tourisme
BRETAGNE 

en partenariat avec



SOMMAIRE

LES CONSTATS	3
LA METHODOLOGIE	3
CE QU'IL FAUT RETENIR.....	4
Google ? Oui, mais pas que.....	4
Connectés, même en vacances !.....	4
L'évaluation numérique par les touristes des destinations est un enjeu majeur à prendre en compte et à développer.	5
LA PREPARATION DU SEJOUR	6
64% des touristes européens ont commencé à chercher des informations pour leur séjour plus d'un mois avant leur départ	6
Internet est la source d'information la plus utilisée	6
Lors de la préparation du séjour, plus de 80% des touristes lisent les commentaires et les avis de consommateurs.....	7
Tripadvisor arrive en tête des sites consultés.....	7
38% des touristes consultent les réseaux sociaux pour préparer leur voyage	8
Les deux tiers des informations consultées sur les réseaux sociaux proviennent d'amis ou de collègues	8
Facebook est le réseau social le plus consulté, quel que soit le pays	8
Les photos sont les éléments auxquels les touristes préparant un séjour en Europe accordent le plus d'importance	9
Parmi les trois critères de choix d'un hébergement sur internet, le rapport qualité-prix arrive largement en tête	9
RESERVATION DU SEJOUR.....	10
60% des touristes ont réservé leur séjour en Europe plus d'un mois à l'avance.....	10
L'hébergement et le transport sont les prestations le plus fréquemment réservées	10
77% des réservations passent par internet	11
Internet est particulièrement prisé pour sa rapidité et sa facilité... ..	11
...mais évité pour son manque de contacts humains	12
Pour la majorité des internautes, les promotions sont intéressantes, mais ne changent pas leur destination.....	12
Les newsletters touristiques et les mails d'offres promotionnelles influent peu sur le projet de séjour.....	13
AU COURS DU SEJOUR EN EUROPE.....	14
Les deux tiers des touristes européens se connectent à internet durant leur séjour	14
Dont 45% pour rechercher des informations touristiques	14

A L'ISSUE DU SEJOUR 15

38% des touristes européens ont déposé des avis, des photos, des vidéos ou des commentaires sur des réseaux sociaux, des blogs, des forums... 15

54% des touristes qui laissent un avis utilisent facebook..... 15

L'UTILISATION DES SMARTPHONES AU COURS DE LA PREPARATION DU SEJOUR 16

32% des touristes européens ont utilisé des sites internet ou des applications mobiles de tourisme pour préparer ou réserver leur séjour, seulement 19% ont trouvé cela pratique..... 16

Les applications mobiles sont plus fréquemment utilisées que les sites mobiles au cours de la préparation et de la réservation du séjour..... 16

Les guides touristiques et la réservation d'hébergement sont les plus utilisés sur les smartphones au cours de la préparation du séjour..... 17

L'UTILISATION DES SMARTPHONES AU COURS DU SEJOUR..... 18

Au cours de leur séjour, 63% des touristes ont utilisé leur smartphone pour se connecter à internet sans rencontrer de difficultés 18

Les applications mobiles sont plus utilisées sur les smartphones que les sites mobiles au cours du séjour..... 18

Le plus souvent, les touristes utilisent leur smartphone pour obtenir des informations pratiques. 19

LES CONSTATS

L'importance indéniable et grandissante d'Internet et des supports mobiles d'informations à toutes les étapes du parcours du visiteur comme outils :

- d'information
- de séduction
- de préparation
- d'aide à la décision
- d'accompagnement instantané pour les services et la visite

Des études existantes, mais réalisées dans des lieux et à des moments différents, avec des questionnaires et des cibles différentes ce qui entraîne une comparaison entre marchés impossible, surtout dans un contexte d'évolution rapide des comportements internet.

LA METHODOLOGIE

Pour la première fois, 17 CRT se sont associés au CRT Bretagne qui finance et pilote la majeure partie du terrain pour réaliser une étude sur les pratiques des clientèles européennes en matière de comportement sur Internet.

- 7 marchés
- Un questionnaire identique
- Une même période d'enquête
- Une vision comparable des pratiques européennes

L'enquête a été réalisée en ligne donc auprès d'internautes par Toluna pour le CRT Bretagne et la FNCRT en novembre-décembre 2012, auprès de 10 500 Européens ayant séjourné en France ou en Europe au cours des deux dernières années :

- France 
- Royaume Uni, Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Espagne, Italie
     

CE QU'IL FAUT RETENIR

Plus de 70% de la population mondiale est abonnée à un réseau de téléphonie mobile et plus de 30 % est connectée à Internet. Avec la chute des prix et la multiplication des transmetteurs, on peut raisonnablement imaginer que cette proportion va très vite augmenter : bientôt la majorité des habitants de la planète (désormais urbaine) aura accès au web et en fera un usage quotidien.

Le secteur du tourisme n'est pas épargné par cette révolution et doit s'adapter. En effet, aujourd'hui, **plus de 80% des voyageurs utilisent cet outil**, que ce soit en amont, au cours ou en aval de leur séjour. Qu'en est-il précisément de l'utilisation d'internet, notamment via les téléphones portables, et de la présence sur les réseaux sociaux ? Constate-t-on des comportements homogènes selon les marchés ?

Google ? Oui, mais pas que...

On le sait, **près de 80% des touristes européens préparent leur séjour sur Internet** et plus de 70% réservent par ce biais. Mais la recherche d'information demeure **multicanale** : au-delà des moteurs de recherche, le recours au bouche-à-oreille direct (famille, amis et collègues), aux conseils des agences de voyages ou encore aux supports papiers comme les guides touristiques demeure fréquent.

Le bouche-à-oreille, vecteur traditionnel, prend une nouvelle forme grâce aux réseaux sociaux, en 5^{ème} position parmi les outils privilégiés, résultat plutôt étonnant au regard de leur courte histoire. Ainsi, la lecture des avis et commentaires de consommateurs devient systématique et plus d'un touriste sur trois consulte les réseaux sociaux, surtout de leurs relations amicales (67%) ou familiales, plutôt que de pages institutionnelles (27%) ou de prestataires privés (25%). La maturité des Européens sur ces outils n'est pas homogène : systématique chez les Espagnols, cette pratique est en revanche beaucoup moins répandue chez les Belges et les Néerlandais qui ne sont pas encore convertis au web communautaire. Et les sites privilégiés diffèrent également selon les nationalités.

Si Tripadvisor (12%), Google (10%), Booking (5%) et Zoover (5%) sont généralement les plus plébiscités par les Européens, les Allemands préfèrent Holidaycheck (que ce soit pour l'avant ou l'après séjour).

Facebook est le premier réseau social consulté cité (62%), loin devant le second, Twitter (17%), là encore avec des spécificités nationales : Facebook est consulté par 74% des Français, alors qu'il ne l'est qu'à 46% par les Néerlandais, tandis que Twitter est davantage utilisé par les Britanniques et les Espagnols (respectivement 24% et 22%), que par les Allemands et les Belges (10%). Google+ et Wer-kennt-wen sont utilisés plus largement par les Allemands, Tuenti par les Espagnols et Hyves davantage par les Néerlandais.

Le Smartphone est le futur allié de la préparation et de la réservation des séjours. Pour l'heure, le Smartphone est principalement utilisé pour consulter ou télécharger des guides touristiques. Toutefois, déjà 31 % des utilisateurs l'utilisent pour préparer ou réserver le séjour. Près de 72% d'entre eux échangent avec des touristes sur les réseaux sociaux pour préparer ou réserver leur séjour.

Connectés, même en vacances !

Internet fait partie intégrante de la vie des Européens : 67% d'entre eux restent connectés pendant leurs vacances, avant tout afin de rester en contact avec leur environnement quotidien : la famille (58%), les « amis » (25%) et le travail (24%), mais aussi pour la recherche d'informations touristiques, la réservation de prestations et l'accès aux avis d'autres touristes.

Dans cette recherche de prestations, on notera que les Français sont les plus portés sur les restaurants (25% de citations) alors que Britanniques et Italiens privilégient les sorties (31% et 30% de citations) et que les Allemands s'orientent plus vers les visites (25% de citations). Le recours aux dernières innovations technologiques de communication comme le QR Code ou la réalité augmentée est, en revanche, peu cité.

Le téléphone portable devient l'équipement indispensable pour la recherche d'informations bien définies et localisées : la météo, le trafic (59% des touristes), les restaurants à proximité (46%), la géolocalisation d'un site ou d'un équipement (43%), la recherche d'informations touristiques (42%), le partage de photos et d'avis sur des réseaux sociaux ou la recherche d'adresses utiles (41%). Cependant, moins d'un tiers des touristes a le réflexe d'utiliser le téléphone portable pour rechercher le guide des manifestations.

25% des touristes européens éprouvent encore des difficultés de connexion pendant leur séjour. On constate, là encore, des disparités entre les Européens. Ce taux atteint 35% pour les Britanniques. En revanche, il n'est que de 17% pour les Allemands. La question du prix de la connexion intervient dans 9% des cas comme motif de non connexion.

L'évaluation numérique par les touristes des destinations est un enjeu majeur à prendre en compte et à développer.

Une enquête récente menée par TripAdvisor a montré que plus les établissements possèdent d'avis, de contenus et de réponses de la direction, plus ils attirent les voyageurs. Ainsi, les établissements possédant plus de 50 avis suscitent 38 % d'intérêt en plus que ceux qui n'en possèdent que 10 !

Nous l'avons vu, plus de 80% des internautes préparant leur séjour en ligne lisent les avis de consommateurs et mettent ainsi en évidence que l'évaluation numérique façonne durablement une destination en la différenciant de ses concurrentes.

Près de 4 Européens sur 10 réagissent et déposent régulièrement des avis, photos, vidéos, sur le web à leur retour de vacances.

Cette proportion pourrait passer très vite à 2 touristes sur 3 si l'on y adjoint la proportion de ceux qui indiquent être susceptibles de déposer des avis concernant leurs futurs séjours. Les Espagnols et les Italiens sont les plus actifs (près de 50%), tandis que les Français et les Allemands sont presque deux fois moins nombreux. Les Allemands et les Belges sont les Européens les plus réticents en la matière.

Facebook reste le réseau social incontournable également pour l'après-séjour (54%), loin devant Tripadvisor (7%).

LA PREPARATION DU SEJOUR

64% des touristes européens ont commencé à chercher des informations pour leur séjour plus d'un mois avant leur départ

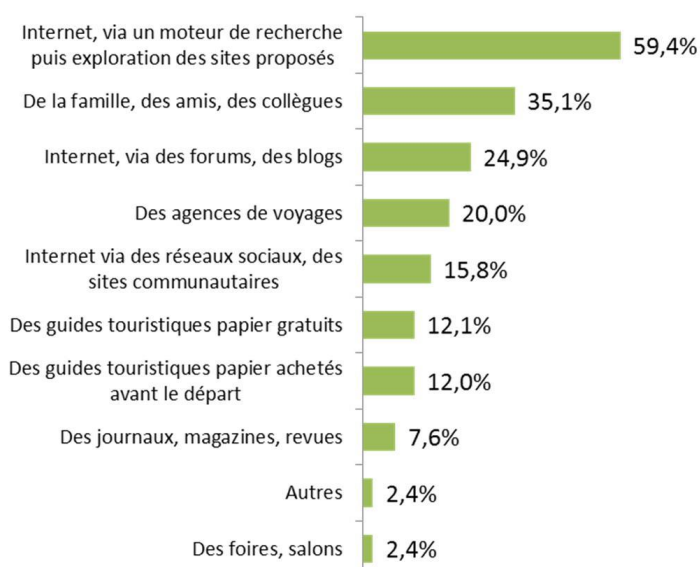


Les Britanniques sont les touristes européens qui effectuent leurs recherches le plus longtemps à l'avance (75% des touristes Britanniques ont effectué leurs recherches plus d'un mois à l'avance).



Les Français sont ceux qui effectuent le moins de recherches (11% ne préparent plus leur séjour parce qu'ils séjournent régulièrement à cet endroit) et les recherches les plus tardives (49% un mois et moins avant le départ).

Internet est la source d'information la plus utilisée

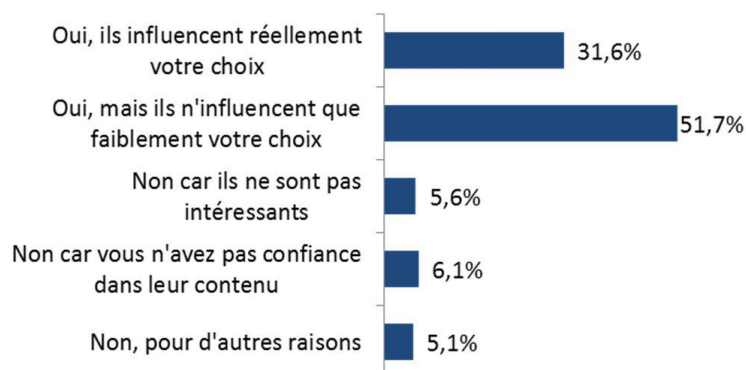


Les Espagnols et les Italiens sont ceux qui ont le plus recours à internet pour la recherche d'informations avant le séjour.



Les Français sont ceux qui sollicitent le plus la famille, les amis ou les collègues.

Lors de la préparation du séjour, plus de 80% des touristes lisent les commentaires et les avis de consommateurs



Les avis et les commentaires influencent plus fortement les Allemands, les Espagnols et les Italiens.



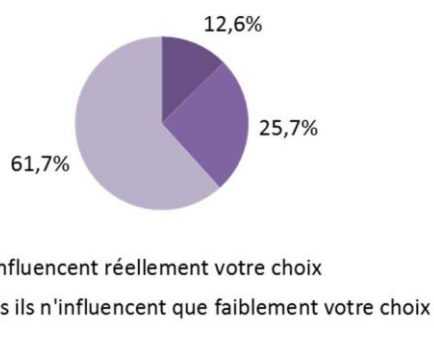
Les Hollandais sont ceux qui trouvent les avis les moins intéressants et les Français ceux qui leur accordent le moins confiance.

Tripadvisor arrive en tête des sites consultés

Sites consultés	Part des répondants	Nationalité la plus représentée
Tripadvisor	12,2%	Royaume-Uni
Google	9,5%	Pays-Bas
Booking	6,3%	Pays-Bas
Zoover	4,2%	Belgique
Expedia	3,8%	Allemagne
Trivago	2,8%	Royaume-Uni
Facebook	2,6%	Allemagne
Holidaycheck	1,9%	France
Forum	1,8%	Espagne
Hotel.com	1,7%	France
Thomas Cook	1,7%	Royaume-Uni
Guide du Routard	1,5%	Allemagne
Neckermann	1,3%	Belgique
Ciao	1,1%	Espagne
Site de l'hôtel	0,9%	Royaume-Uni
Office de Tourisme	0,8%	Allemagne
Lastminute	0,8%	Belgique
Site de la ville	0,6%	Italie
Sites touristiques	0,5%	France
Site des prestataires	0,4%	Pays-Bas

Tripadvisor est cité en première position par les touristes du Royaume-Uni, de la France et de l'Italie.

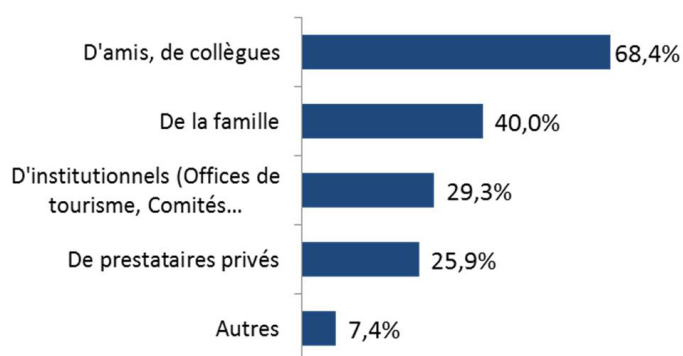
38% des touristes consultent les réseaux sociaux pour préparer leur voyage



La majorité des Espagnols et des Italiens consultent les réseaux sociaux pour préparer leur voyage et ils ont une réelle influence pour, respectivement 17% et 15% d'entre eux.

Les Belges sont ceux qui consultent le moins les réseaux sociaux en amont de leur séjour.

Les deux tiers des informations consultées sur les réseaux sociaux proviennent d'amis ou de collègues



Facebook est le réseau social le plus consulté, quel que soit le pays

Réseaux consultés	Part des répondants	Nationalité la plus représentée
Facebook	61,9%	France
Twitter	16,7%	Royaume-Uni
Google+	2,7%	Allemagne
Tuenti	2,4%	Espagne
Linkedin	1,3%	Belgique

Les photos sont les éléments auxquels les touristes préparant un séjour en Europe accordent le plus d'importance

Éléments consultés	Note sur 10	Nationalité qui accorde la plus haute note
Photos	7,0	Italie
Avis de consommateurs	6,0	Italie - Espagne
Vidéos	5,6	Espagne
Réseaux sociaux	3,5	Espagne

Parmi les trois critères de choix d'un hébergement sur internet, le rapport qualité-prix arrive largement en tête



Les touristes de tous les pays placent le rapport qualité-prix en tête de leurs critères de choix, mais il est encore plus important pour les Belges et les Néerlandais.



Les Britanniques accordent une place plus importante que les autres nationalités au prix et les Allemands à l'environnement.



Le confort est plébiscité par les Français.

RESERVATION DU SEJOUR

60% des touristes ont réservé leur séjour en Europe plus d'un mois à l'avance



74% des Britanniques ont réservé plus d'un mois à l'avance et 99% d'entre eux ont effectué une réservation avant le départ.



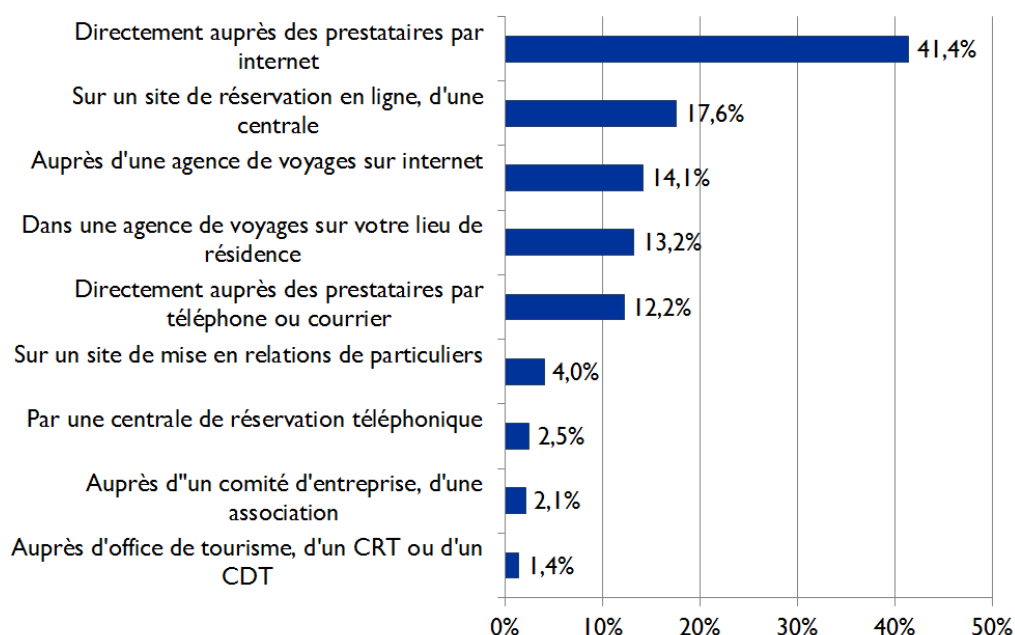
Les Français sont ceux qui réservent le plus tard (21% moins d'un mois avant le départ) et ceux qui réservent le moins (15% partent sans réservation).

L'hébergement et le transport sont les prestations le plus fréquemment réservées

Prestations	Part des répondants	Nationalité qui réserve le plus
Un hébergement	64,1%	Royaume-Uni
Des billets de train, de bateau, ou d'avion	44,6%	Royaume-Uni et Italie
Un séjour tout compris	13,3%	Allemagne
Une voiture de location	11,4%	Royaume-Uni
Des entrées sur des sites de loisirs, de visite	8,2%	Espagne
Des activités de loisirs	6,9%	France
Des vélos	2,8%	Allemagne

Quel que soit le pays d'origine, l'hébergement et le transport arrivent en tête des prestations les plus réservées.

77% des réservations passent par internet

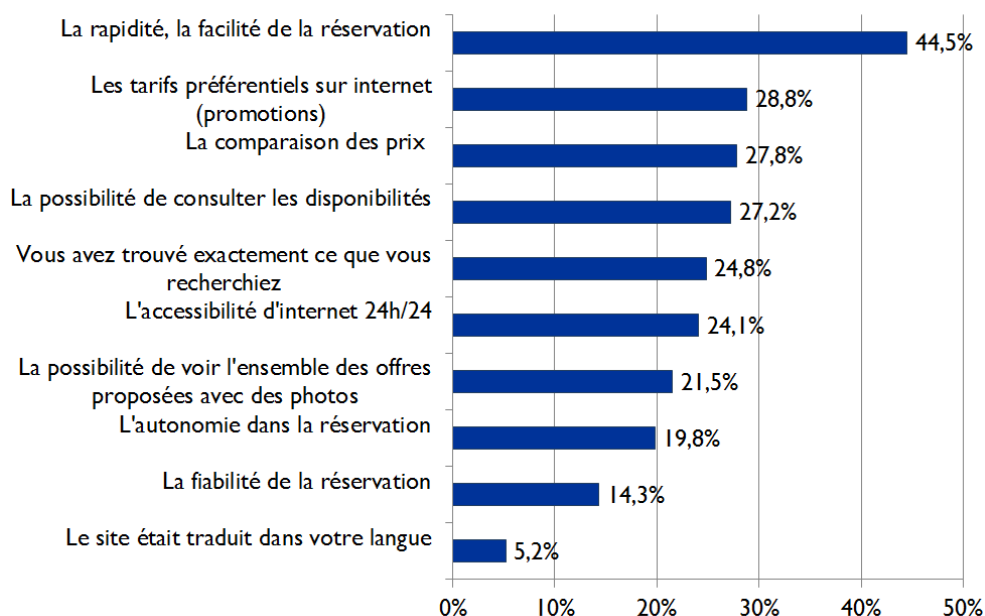


Quel que soit leur nationalité, la réservation la plus fréquente est celle réalisée directement auprès du prestataire par internet, mais ce phénomène est encore plus important chez les Hollandais et les Italiens où il concerne plus de 50% des touristes.

Ce sont les Britanniques, les Allemands qui utilisent le plus les sites de réservation en ligne, alors que les Espagnols privilégient les agences de voyages (sur internet ou sur leur lieu de résidence).

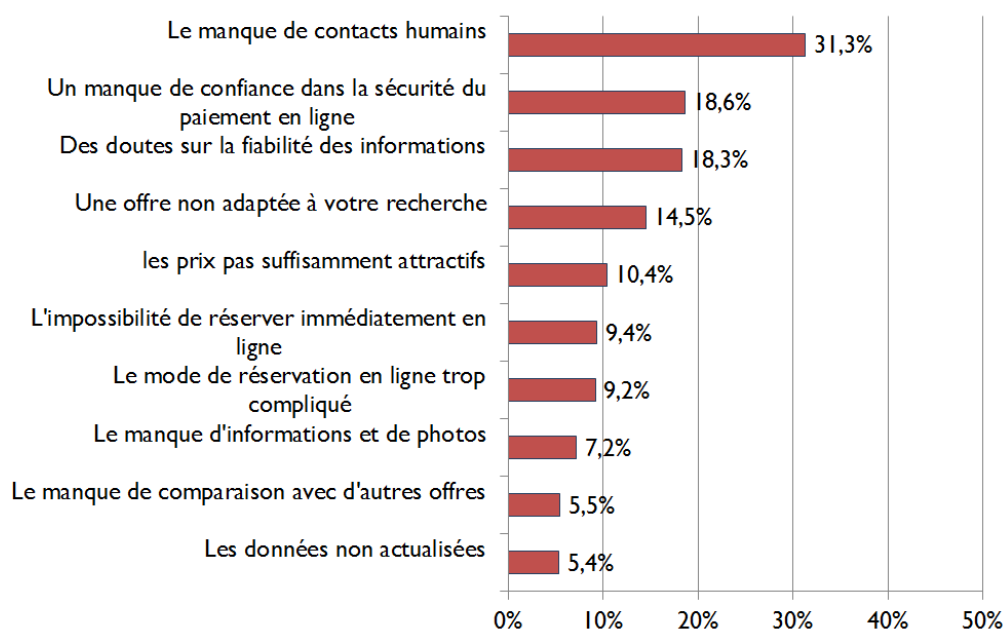
Les Français affichent le plus fort pourcentage de touristes réservant directement auprès du prestataire par téléphone ou par courrier (22%).

Internet est particulièrement prisé pour sa rapidité et sa facilité...



La rapidité et la facilité de la réservation sont plébiscitées par toutes les nationalités, sauf par les Italiens qui réservent directement sur internet pour des raisons tarifaires.

...mais évité pour son manque de contacts humains



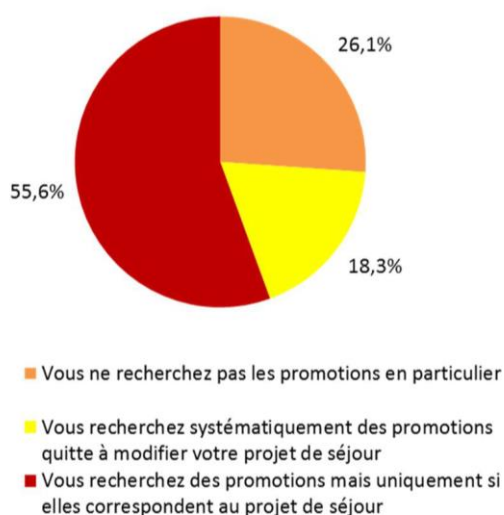
Le manque de contacts humains est la première raison invoquée pour ne pas réserver sur internet, quelle que soit la nationalité des touristes.



Le manque de confiance dans le paiement en ligne est plus présent chez les Belges et les Italiens que chez les autres Européens.

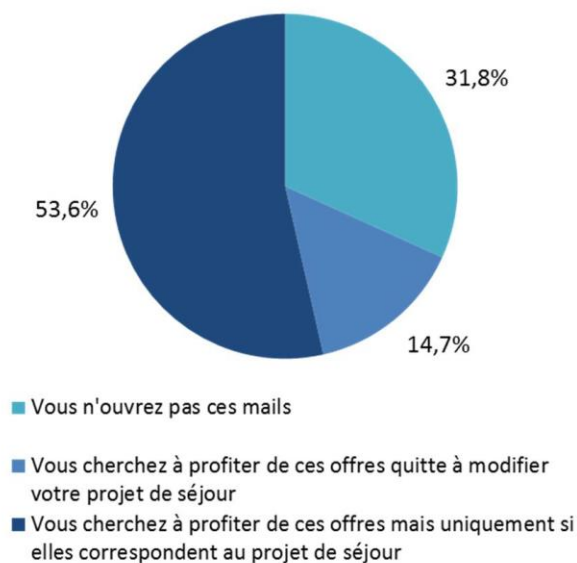
Les doutes sur la fiabilité des informations sont plus répandus parmi les Belges, les Espagnols et les Italiens.

Pour la majorité des internautes, les promotions sont intéressantes, mais ne changent pas leur destination



Les Italiens et les Britanniques seraient les plus enclins (22%) à changer leur projet de séjour en fonction des promotions.

Les newsletters touristiques et les mails d'offres promotionnelles influent peu sur le projet de séjour



Les Français (41%) et les Allemands (37%) sont les plus nombreux à ignorer les newsletters touristiques et les mails d'offres promotionnelles.



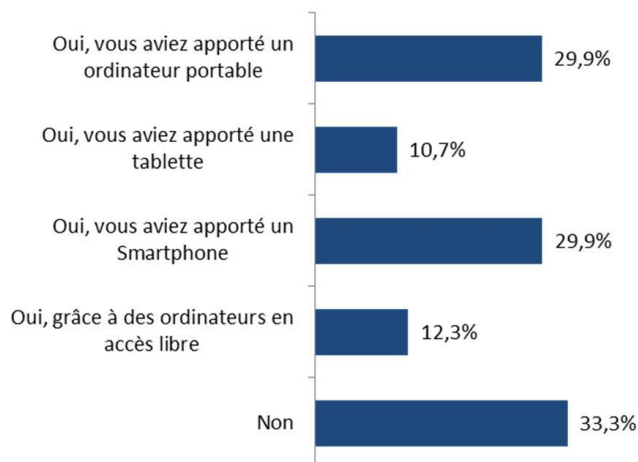
A l'inverse, 80% des Espagnols les ouvrent.



Ces offres n'ont que peu d'influence sur le projet de séjour, au maximum pour 18% des Espagnols et des Italiens et pour 16% des Allemands.

AU COURS DU SEJOUR EN EUROPE

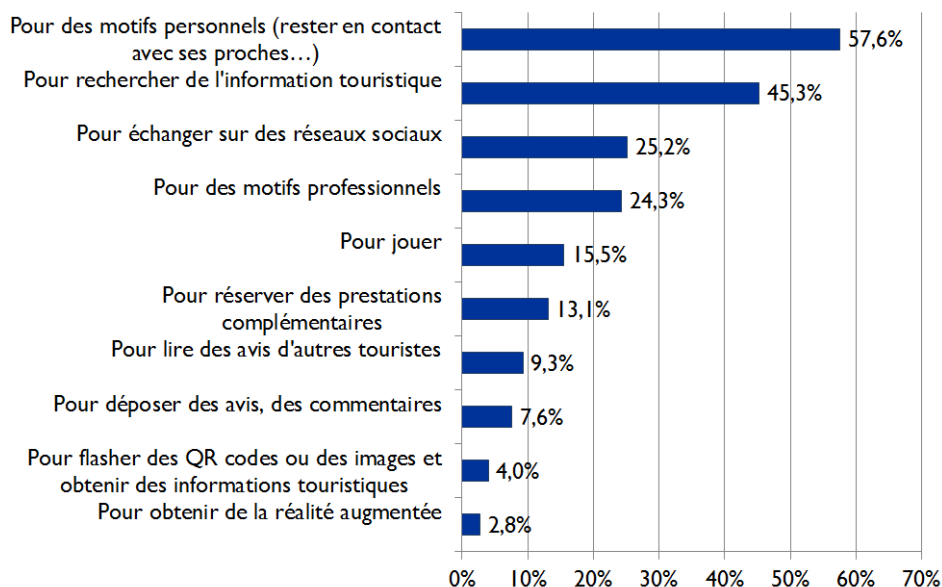
Les deux tiers des touristes européens se connectent à internet durant leur séjour



La France détient le record de connexion grâce à un ordinateur portable (36%), les Espagnols celui de la connexion grâce à un smartphone.

La tablette et les ordinateurs en accès libre sont beaucoup moins utilisés (au maximum par, respectivement 14% et 17% des Britanniques).

Dont 45% pour rechercher des informations touristiques



Les Italiens se connectent plus que les autres pour rechercher de l'information touristique et pour des motifs professionnels.

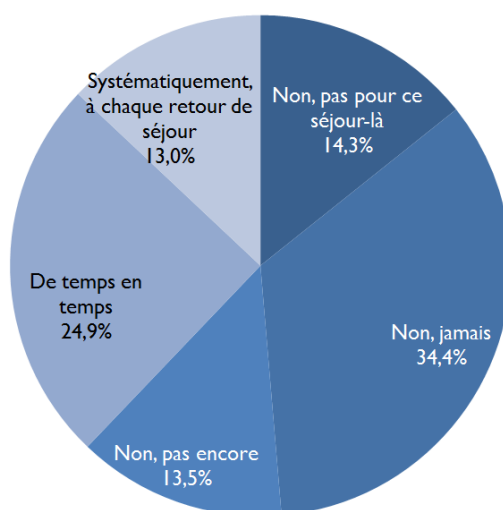


Les Espagnols et les Britanniques sont les plus accros aux réseaux sociaux et consultent plus que les autres nationalités les avis d'autres touristes.

Les Britanniques et les Espagnols sont les plus nombreux à réserver, au cours de leur séjour, des prestations complémentaires (dans l'ordre, sorties, restaurants, visites hébergement).

A L'ISSUE DU SEJOUR

38% des touristes européens ont déposé des avis, des photos, des vidéos ou des commentaires sur des réseaux sociaux, des blogs, des forums...



Plus de 17% des Italiens, des Néerlandais et des Espagnols déposent systématiquement des avis, des photos, des vidéos ou des commentaires après leur séjour.



53% des Espagnols déposent du contenu en ligne (soit systématiquement, soit occasionnellement).



Les plus réfractaires à la mise en ligne de contenu sont les Allemands (54%).

54% des touristes qui laissent un avis utilisent facebook

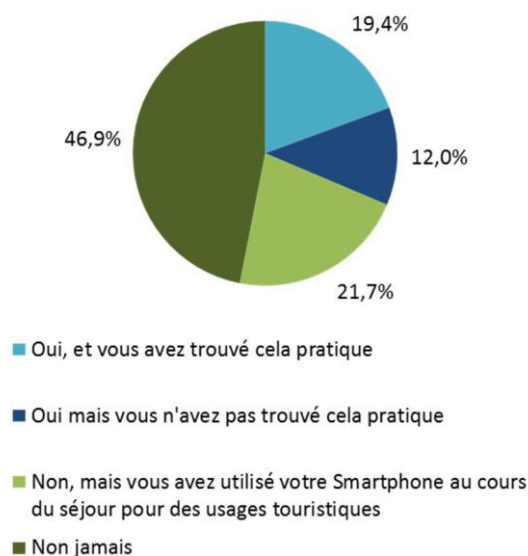
Sites internet	Part des répondants	Nationalité la plus représentée
Facebook	54,4%	Belgique
Tripadvisor	7,1%	Royaume-Uni
Twitter	4,4%	Royaume-Uni
Booking	2,5%	Espagne
Google	1,9%	Pays-Bas

Facebook est le plus utilisé pour déposer du contenu à l'issue du séjour, quelle que soit la nationalité des touristes.

L'UTILISATION DES SMARTPHONES AU COURS DE LA PREPARATION DU SEJOUR

(Rappel du taux d'équipement : 73%)

32% des touristes européens ont utilisé des sites internet ou des applications mobiles de tourisme pour préparer ou réserver leur séjour, seulement 19% ont trouvé cela pratique

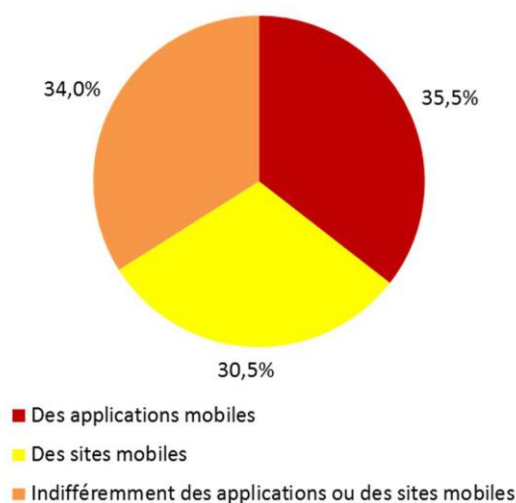


Les Britanniques, avec 26% d'utilisateurs satisfaits, sont les plus nombreux à utiliser leur smartphone durant la phase de préparation ou de réservation de leur séjour.



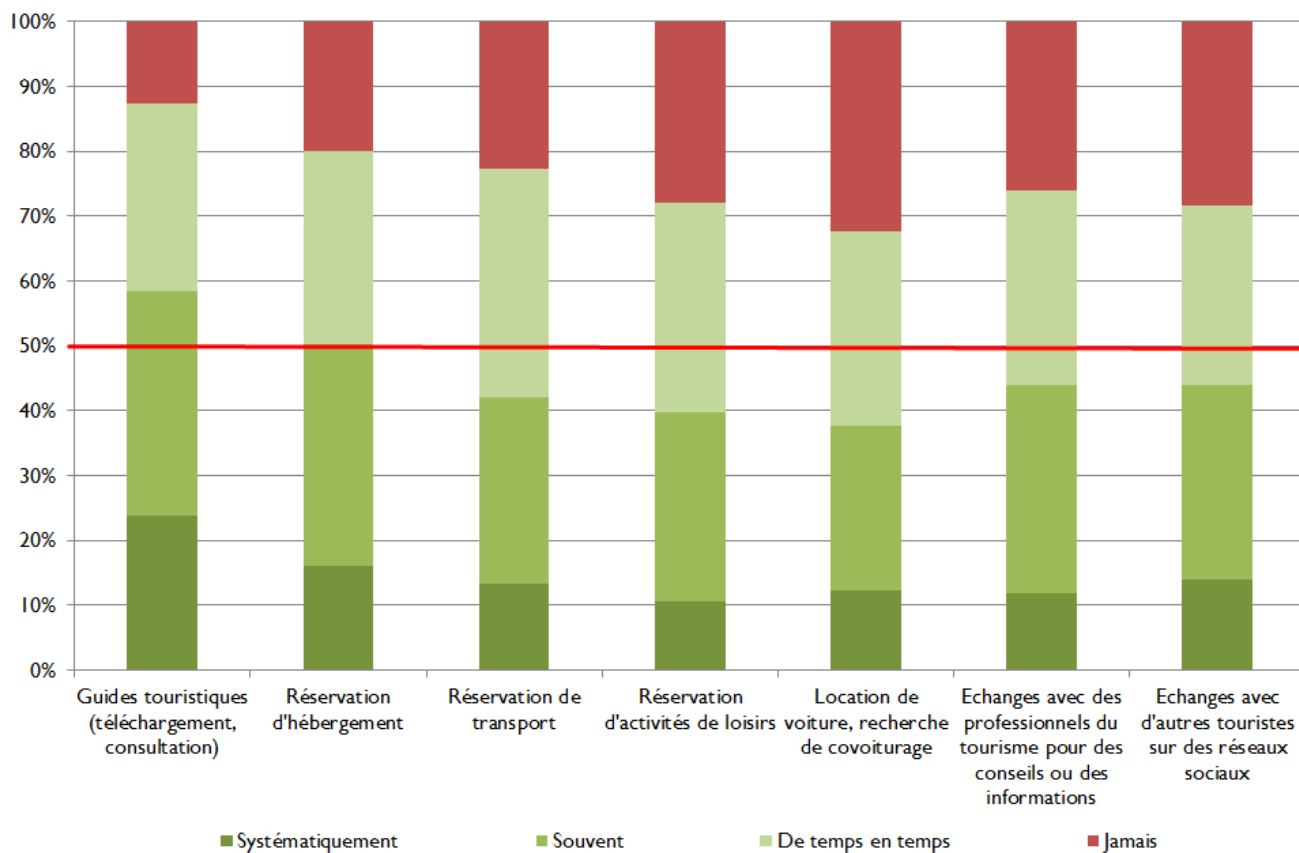
Les Belges sont les plus réfractaires à une utilisation touristique de leur smartphone.

Les applications mobiles sont plus fréquemment utilisées que les sites mobiles au cours de la préparation et de la réservation du séjour



Les Allemands (42%) sont les plus fervents utilisateurs des applications mobiles, les Français sont les plus adeptes des sites mobiles (33% d'utilisateurs).

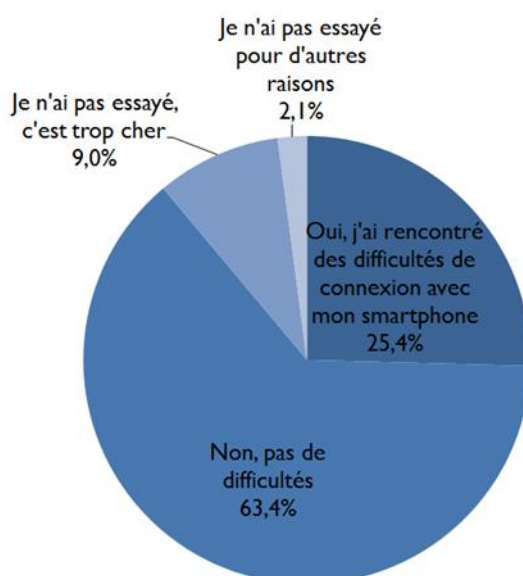
Les guides touristiques et la réservation d'hébergement sont les plus utilisés sur les smartphones au cours de la préparation du séjour



Plus de 7 Espagnols sur 10 utilisent leur smartphone au cours de la préparation du séjour pour télécharger ou consulter des guides touristiques. Ils arrivent également en tête pour le recours au smartphone pour réserver un hébergement.

L'UTILISATION DES SMARTPHONES AU COURS DU SEJOUR

Au cours de leur séjour, 63% des touristes ont utilisé leur smartphone pour se connecter à internet sans rencontrer de difficultés

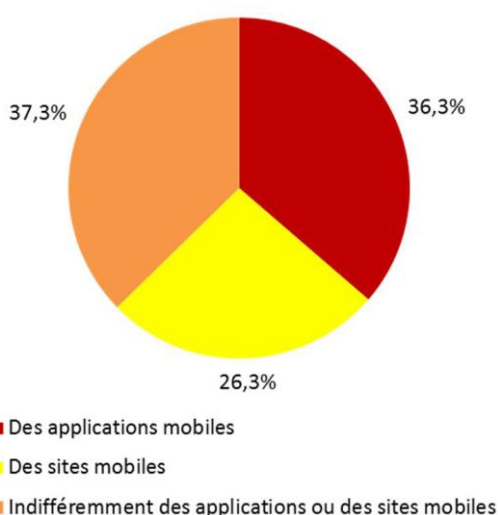


Ce sont les Britanniques qui ont rencontré le plus de difficultés de connexion sur leur smartphone et à l'inverse, les Allemands se sont les plus facilement connectés.



Les Néerlandais sont le plus rebutés par le coût de la connexion.

Les applications mobiles sont plus utilisées sur les smartphones que les sites mobiles au cours du séjour

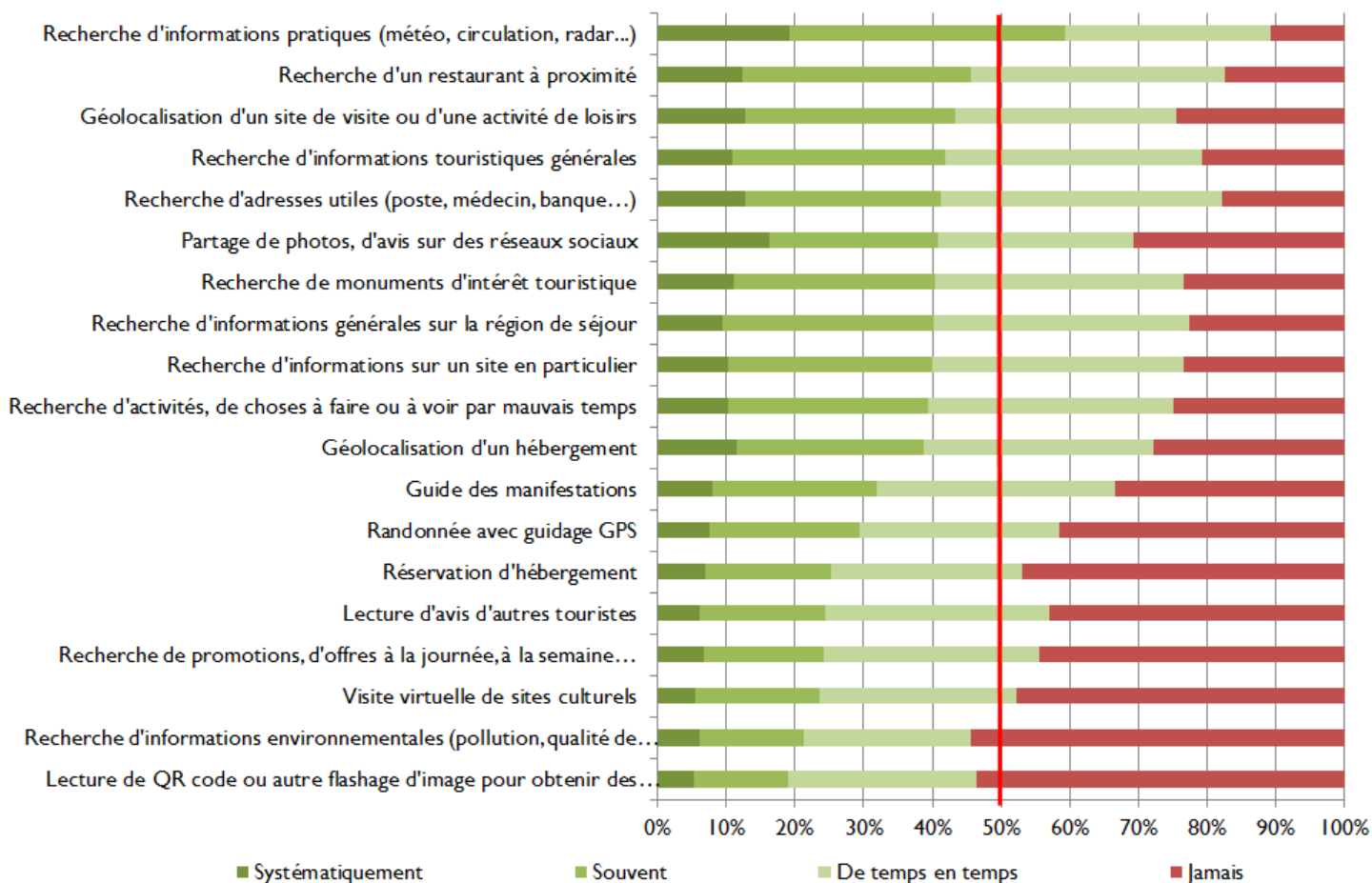


Les applications mobiles sont plébiscitées par les Italiens, alors que les sites mobiles sont plus utilisés par les Allemands et les Néerlandais.



Les Français sont ceux qui passent le plus facilement de l'une à l'autre.

Le plus souvent, les touristes utilisent leur smartphone pour obtenir des informations pratiques



Les Espagnols se situent très au-dessus de la moyenne européenne pour la plupart des utilisations.



Les Allemands dépassent également les autres nationalités pour la géolocalisation d'un hébergement.



Les Allemands, les Italiens et les Français sont ceux qui recherchent le plus d'informations pratiques.