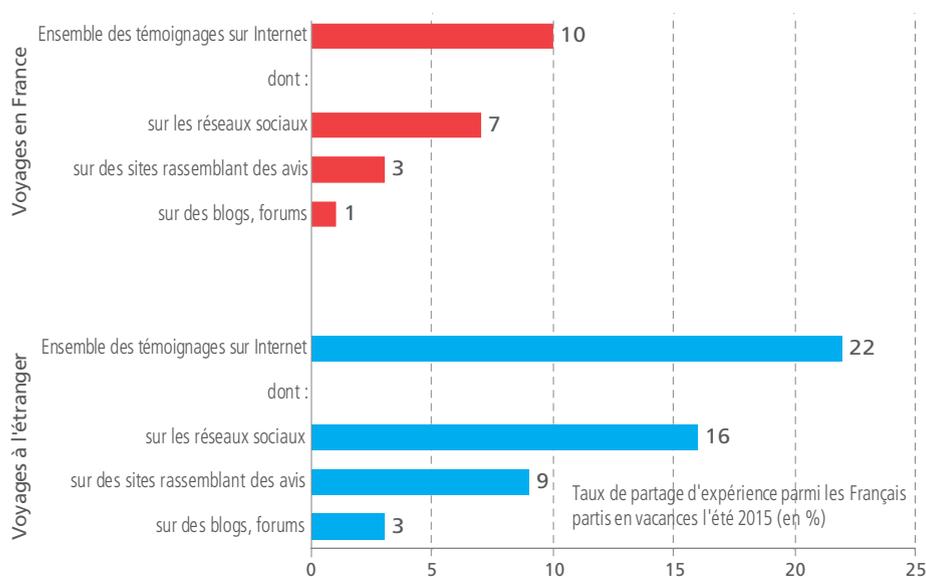


L'e-réputation, un enjeu pour les professionnels du tourisme : plus d'un partant sur neuf au cours de l'été 2015 a témoigné de son expérience touristique sur Internet

Désormais, la réservation des différentes prestations touristiques et, en amont, la préparation des voyages se font très majoritairement par Internet. En effet, à l'heure du choix, chacun peut aujourd'hui consulter les nombreux avis disponibles sur les sites spécialisés, réseaux sociaux, blogs et forums, déposés par des particuliers souhaitant partager leur expérience touristique. Parmi les Français partis l'été 2015, un peu plus d'un sur neuf (11,3 %, soit 2,7 millions de personnes) a partagé son expérience sur Internet. La démarche est plus fréquente pour les voyages à l'étranger (22 %) que pour les voyages en France (10 %). Les personnes qui témoignent sont en moyenne plus jeunes et plus souvent des primo-visiteurs. Les cadres sont moins enclins que les ouvriers à exposer leurs voyages et les régions les plus touristiques bénéficient d'un taux de partage d'expérience plus important. Plus fréquemment que les autres, les personnes qui témoignent sur Internet sont très satisfaites de leur expérience touristique estivale et classent leur destination parmi leurs préférées.

Graphique 1 : Partage d'expérience touristique estivale sur Internet selon la destination du voyage



Lecture : parmi les Français partis en voyage en France l'été 2015 (juillet-août), 10 % ont témoigné de leur expérience sur Internet. Ce témoignage a pu se faire sur les réseaux sociaux (7 %), des sites d'avis en ligne (3 %) ou des blogs ou des forums (1 %). Une même personne peut témoigner de son expérience *via* plusieurs canaux.
Source : DGE, enquête SDT 2015.

Internet occupe aujourd'hui une place essentielle dans la préparation d'un voyage touristique. En effet, les Français utilisent Internet non seulement pour réserver des prestations (transport, hébergement...), mais également pour consulter les avis laissés sur divers sites par des utilisateurs qui témoignent de leur expérience personnelle. En octobre 2015, chaque jour, 833 000 internautes¹ ont visité au moins une fois un site de réservation et d'information sur les prestations hôtelières. Quotidiennement, chaque visiteur a consulté en moyenne dix pages et consacré près de onze minutes à cette activité. Les principaux sites de réservation ou d'avis sont parmi les sites internet les plus visités en France, avec plusieurs millions de visiteurs différents chaque mois.

¹ Source : Médiamétrie « L'audience de l'Internet en France en octobre 2015 ».

Un partage d'expérience relativement fréquent, surtout après un voyage à l'étranger

Au cours des mois de juillet et août 2015, un résident français sur deux a réalisé au moins un voyage pour motif personnel. Parmi ceux-ci, un peu plus d'un sur neuf (11,3 %) a partagé son expérience sur Internet. Ce type de témoignage est beaucoup plus fréquent pour les voyages à l'étranger (22 %) que pour les voyages en France (10 %) (*graphique 1*). Les réseaux sociaux sont le média le plus utilisé pour ce partage d'expérience. Deux fois sur trois, ce partage n'est donc pas complètement ouvert mais plutôt réservé à un cercle de connaissances. Les sites rassemblant des avis, qui peuvent commercialiser des prestations, recueillent également de nombreux témoignages.

Parmi les voyages réalisés par les Français l'été 2015, environ 3 % des voyages réalisés en France et 9 % des voyages réalisés à l'étranger ont donné lieu à la publication d'un avis sur un de ces sites, qui sont parmi les plus consultés de la Toile. Enfin, environ 1 % des voyages en France et 3 % des voyages à l'étranger donnent lieu à un partage d'expérience sur un blog ou un forum. Bien sûr, ces différentes formes de témoignages ne sont pas exclusives les unes des autres. Les avis sur une expérience touristique déposés sur Internet ont donc une audience considérable. Ils reflètent l'expression d'une minorité d'individus (de l'ordre de 10 % des résidents français partis), mais cette minorité est suffisamment nombreuse (environ 2,7 millions de Français de 15 ans ou plus) et active pour que ses témoignages donnent de la consistance à cette notion d'e-réputation, étudiée attentivement par les professionnels du tourisme.

Une pratique plus courante avant 50 ans

Le taux de partage d'expérience touristique sur Internet dépend de nombreux facteurs : l'âge du partant, sa catégorie socioprofessionnelle, sa destination et l'appréciation du voyage. Les plus jeunes, plus présents sur les réseaux sociaux, ont tendance à témoigner plus souvent sur Internet de leur expérience. Les taux de partage sont relativement élevés jusqu'à 50 ans : entre 14 et 16 % des voyages en France donnent lieu à un partage d'expérience (graphique 2). Les différences selon l'âge sont plus marquées pour les voyages à l'étranger : du simple au double entre les moins de 25 ans et les personnes âgées de 35 à 49 ans.

Passé 50 ans, le témoignage est sensiblement plus rare (moins de 10 % des voyages, en France comme à l'étranger). Passé 65 ans, moins d'un voyage sur vingt donne lieu à un partage d'expérience sur Internet.

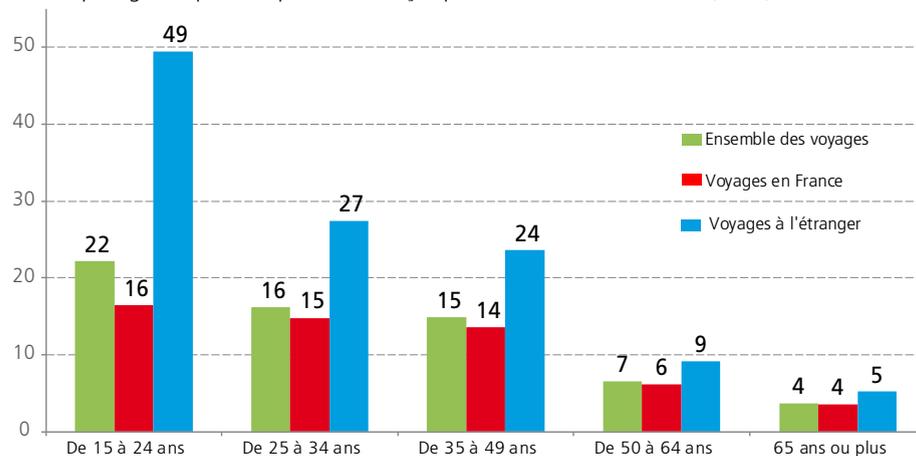
Les taux d'équipement expliquent, en partie seulement, cette différence de comportement selon l'âge. En effet, de très nombreux Français sont désormais connectés à Internet (près de neuf Français sur dix de plus de 15 ans) et le taux d'équipement des partants est encore supérieur. Seuls les plus de 65 ans affichent en moyenne un taux d'équipement inférieur à 90 %. Le taux d'équipement des partants (81 %) est cependant supérieur à celui des non-partants (74 %). Les écarts de taux de partage d'expérience sur Internet résultent donc davantage de différences de pratiques que de différences de taux d'équipement.

La parole aux nouveaux venus

Les primo-visiteurs laissent plus d'empreintes sur Internet de leur nouvelle expérience que les clientèles déjà venues : environ 15 % des primo-visiteurs témoignent de leur expérience pour un voyage en France quand seulement 8 % des touristes connaissant déjà la destination le font (graphique 3). Cette différence s'explique en partie par un effet de structure lié à l'âge des primo-visiteurs, en moyenne inférieur à celui

Graphique 2 : Partage d'expérience touristique estivale sur Internet selon l'âge et la destination

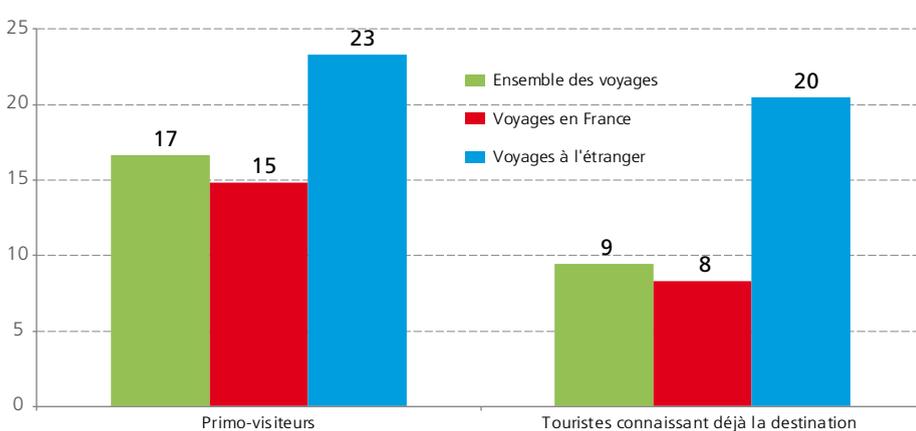
Taux de partage d'expérience parmi les Français partis en vacances l'été 2015 (en %)



Lecture : parmi les Français de 15 à 24 ans partis en voyage l'été 2015 (juillet-août), 22 % ont témoigné de leur expérience sur Internet. La proportion est de 16 % lorsque le voyage est en France et de 49 % lorsque le voyage est à l'étranger.
Source : DGE, enquête SDT 2015.

Graphique 3 : Partage d'expérience touristique estivale pour les primo-visiteurs et les touristes connaissant déjà la destination

Taux de partage d'expérience parmi les Français partis en vacances l'été 2015 (en %)



Lecture : parmi les Français partis en voyage l'été 2015 (juillet-août) et visitant pour la première fois leur destination (primo-visiteurs), 17 % ont témoigné de leur expérience sur Internet. La proportion est de 15 % pour les voyages en France et de 23 % pour les voyages à l'étranger.
Source : DGE, enquête SDT 2015.

des clientèles ayant déjà fréquenté la destination : pour les voyages en France, la proportion de voyageurs de moins de 50 ans est de 68 % parmi les primo-visiteurs. Elle est de 45 % « seulement » pour les clientèles déjà venues. Les jeunes témoignant davantage sur Internet, il est donc normal que les primo-visiteurs affichent un taux de partage supérieur. Cependant cet effet de structure explique moins de la moitié de l'écart. Il existe donc, indépendamment de l'âge, une tendance au partage d'expérience sur Internet plus forte quand la destination est nouvelle.

Les cadres exposent moins leurs voyages sur Internet

Le taux de partage sur Internet est également différent selon les catégories socioprofessionnelles. La population des « inactifs » est scindée en deux groupes aux comportements très différents liés à l'âge des individus : les retraités témoignent peu et les étudiants sont plus expansifs. Parmi les actifs partis au cours de l'été 2015, la proportion de partage d'expérience varie du simple au double selon la catégorie socioprofessionnelle.

Les cadres sont ceux qui laissent le moins de traces de leurs vacances sur Internet (8 %). À l'inverse les ouvriers témoignent nettement plus souvent (16 %). Les employés et les professions intermédiaires sont dans une position médiane.

Le partage d'expérience est doublement plus important dans les régions touristiques

Les régions qui accueillent le plus de touristes français en été, – le littoral, atlantique ou méditerranéen, et le massif alpin – « bénéficient » naturellement d'un nombre de témoignages plus important. Cependant, ce « bénéfice » est amplifié dans la mesure où, pour ces régions de destination, le taux de partage est plus important : plus de 10 % des voyages en Corse, en Provence - Alpes - Côte d'Azur, en Languedoc-Roussillon Midi-Pyrénées ou en Bretagne donnent lieu à un partage d'expérience sur Internet quand la proportion est inférieure à 7,5 %, et parfois proche de 5 %, dans les régions Normandie, Nord - Pas-de-Calais Picardie, Île-de-France ou Bourgogne Franche-Comté (carte). Cette carte du taux de partage d'expérience selon la destination est assez proche de celle des destinations estivales les plus touristiques.

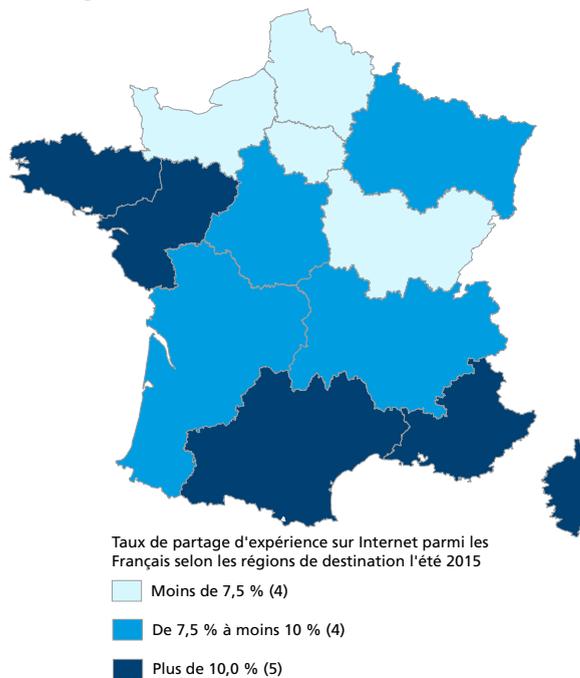
Les personnes satisfaites témoignent plus que les mécontentes

D'une manière générale, les Français sont très satisfaits de leurs vacances d'été et les personnes qui partagent leur expérience sur Internet n'échappent pas à la règle. En moyenne, les personnes qui témoignent sur Internet jugent même plus positivement leur expérience que celles qui ne témoignent pas. Ainsi pour l'ensemble des voyages, en France ou à l'étranger, 41 % de ceux qui partagent leur expérience sur Internet considèrent cette expérience excellente. Cette proportion n'est que de 27 % parmi la majorité de personnes n'ayant pas laissé d'empreintes sur Internet de leur voyage d'été (graphique 4). Cette différence d'appréciation entre les « partageurs » et les autres est plus marquée pour les voyages en France et sensiblement moins pour les voyages à l'étranger. Il est important de noter que cette différence ne tient pas compte de la teneur, positive ou négative, du témoignage. Une personne très satisfaite peut très bien faire part de ses réserves tout comme une personne insatisfaite peut relever les bons points de son séjour.

Un partage sur Internet qui n'est pas réservé aux destinations préférées

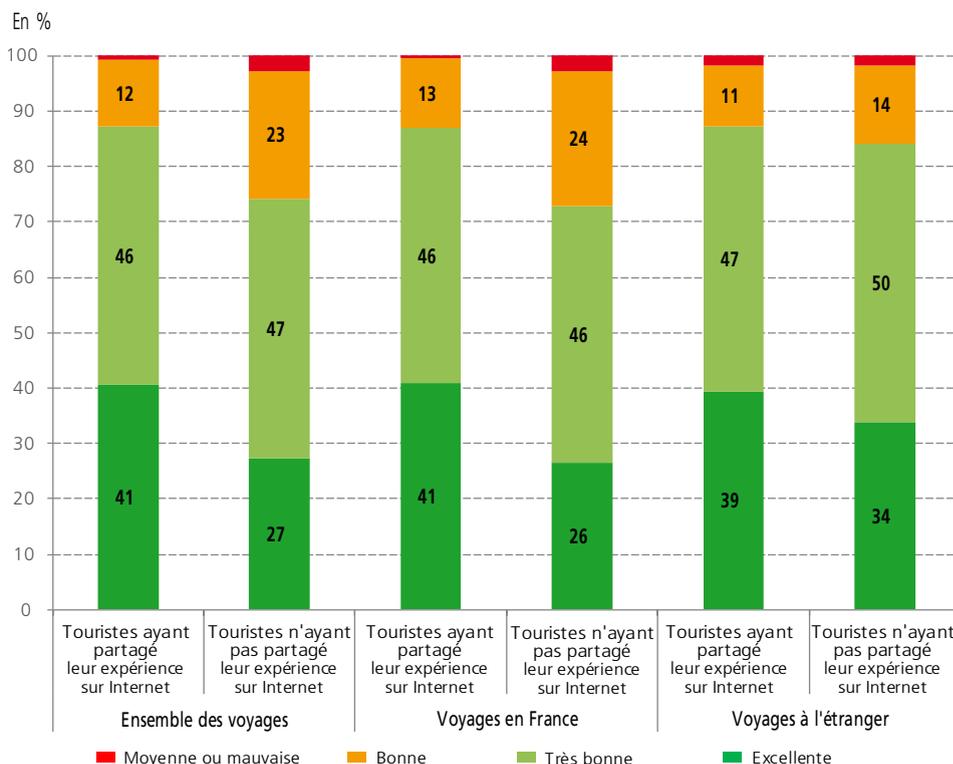
Dans la majorité des cas, les Français jugent leur destination estivale parmi leurs destinations préférées (graphique 5). En effet, la plupart (89 %) l'ont déjà visitée et choisissent d'y revenir en connaissance de cause. Pour les voyages réalisés en France, 13 % de ceux qui ont partagé leur expérience sur Internet classent la destination comme étant leur préférée. Cette proportion n'est que de 9 % parmi les personnes n'ayant pas témoigné sur Internet. Toutefois, même si le partage d'expérience est plus fréquent en cas d'appréciation positive,

Carte : Partage d'expérience touristique estivale sur Internet selon la région de destination



Lecture : parmi les Français partis en été (juillet-août) en région Centre-Val de Loire, entre 7,5 % et 10 % ont partagé leur expérience sur Internet.
Source : DGE, enquête SDT 2015.

Graphique 4 : Partage d'expérience touristique estivale sur Internet et satisfaction tirée du voyage



Lecture : parmi les Français partis en voyage l'été 2015 (juillet-août), 41 % de ceux qui ont partagé leur expérience sur Internet ont trouvé cette expérience excellente. Cette proportion est de 27 % parmi ceux qui n'ont pas partagé leur expérience sur Internet.
Source : DGE, enquête SDT 2015.

il n'est pas exclusivement réservé aux destinations préférées. Ainsi, s'agissant toujours des voyages réalisés en France, 16 % de ceux qui ont partagé leur expérience sur Internet estiment que leur destination n'est pas spécialement ou absolument pas l'une de leurs préférées. Cette proportion est de 28 % parmi les personnes n'ayant pas témoigné sur Internet. Pour les voyages

réalisés à l'étranger, les différences d'appréciation de la destination sont peu marquées entre les « partageurs » et les autres.

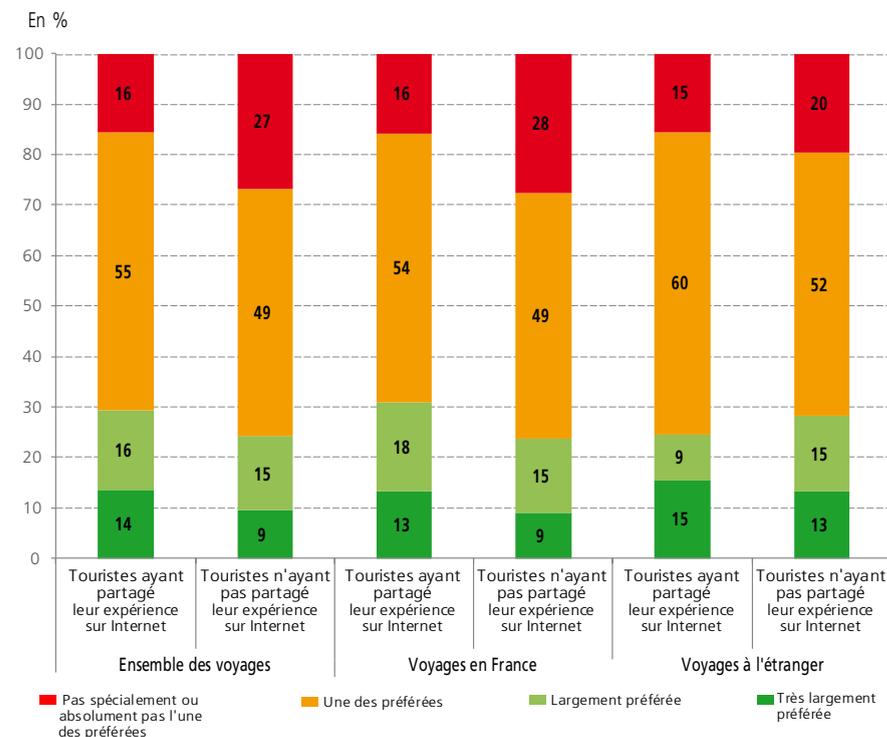
Les « partageurs » sont plus souvent des « ambassadeurs » de la destination

Un voyageur très satisfait de son expérience touristique et classant la destination visitée parmi ses préférées sera naturellement un « ambassadeur » de la destination. À l'inverse, une expérience touristique moyenne ou mauvaise ou une préférence marquée pour d'autres destinations peuvent se traduire par une publicité négative de la part du voyageur. En combinant les éléments de satisfaction du voyage et de préférence de la destination, on peut scinder la population des voyageurs d'été en trois groupes :

- les « ambassadeurs » de la destination ont un niveau d'attachement fort, c'est-à-dire qu'ils classent la destination parmi leurs préférées et que leur expérience touristique est très bonne ou excellente ;
- les « détracteurs » de la destination ont une expérience touristique moyenne ou mauvaise et ne classent pas la destination parmi leurs préférées ;
- les autres personnes ont un attachement moyen.

La proportion d'ambassadeurs de la destination est supérieure parmi les personnes partageant leur expérience sur Internet : 49 % contre « seulement » 36 % des personnes n'ayant pas témoigné sur Internet. L'écart d'appréciation concerne surtout

Graphique 5 : Partage d'expérience touristique estivale sur Internet et préférence de la destination



Lecture : parmi les Français partis en voyage l'été 2015 (juillet-août), 14 % de ceux qui ont partagé leur expérience sur Internet classent leur destination comme leur préférée. Cette proportion est de 9 % parmi ceux qui n'ont pas partagé leur expérience sur Internet. Source : DGE, enquête SDT 2015.

les voyages en France (49 % contre 35 %). La proportion des « détracteurs » est toujours très faible, inférieure à 5 %, quelle que soit la pratique de partage sur Internet.

■ François-Pierre GITTON, DGE

■ Source

L'enquête Suivi de la Demande Touristique (SDT) est réalisée chaque mois par voie postale auprès d'un panel de 20 000 personnes âgées de 15 ans ou plus, représentatif de la population résidant en France. On désigne classiquement par « Français » l'ensemble des résidents de France, qu'ils soient de nationalité française ou non.

Le dispositif comprend la possibilité de réinterroger certaines personnes selon les caractéristiques de leur voyage. Les données sur le partage d'expérience et la satisfaction reposent sur la réinterrogation de 4 000 Français ayant réalisé au moins un voyage pour motif personnel au cours de l'été 2015 (juillet et août). Le questionnaire porte sur le voyage principal, c'est-à-dire celui comportant le plus de nuitées (souvent les vacances d'été).

En cas de visites de plusieurs destinations au cours du même voyage, l'appréciation de la destination porte sur celle dans laquelle le touriste a séjourné le plus longtemps.

■ Bibliographie

- Études sur la satisfaction des clientèles touristiques en France. <http://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/satisfaction-des-clienteles-touristiques-france-0>
- Mémento du tourisme, DGE, édition 2015.
- Hillaireau F., Khiati A., Loquet G., « Le tourisme des Français en 2014 : toujours plus de voyages à l'étranger », Le 4 Pages de la DGE n°45, juillet 2015.
- Chiffres clés du tourisme, DGE, édition 2015.

Pour en savoir plus :
Consultez la rubrique « Études et statistiques »
du site www.entreprises.gouv.fr

Directeur de la publication : Pascal Faure

Rédacteur en chef : François Magnien

Cartographe : Abdel Khiati

Secrétariat de rédaction : Martine Automme, Nicole Merle-Lamoot

Composition : Hélène Allias-Denis, Brigitte Baroin

ISSN : 2269-3092

Dépôt légal : 2016

DGE - 67, rue Barbès, 94200 Ivry-sur-Seine

DGE
DIRECTION GÉNÉRALE
DES ENTREPRISES