

60% des Français sont davantage susceptibles de réserver dans les hôtels

Une étude indépendante menée sur plus de 12 000 personnes dans le monde révèle les tendances concernant les avis et opinions de voyages

- Plus de 8 Français sur 10 (85 %) estiment que les avis publiés sur le site leur permettent d'être plus sûrs de leurs décisions
- Plus des trois-quarts (78 %) des Français affirment que les photos mises en ligne par les voyageurs leur sont utiles pour prendre leurs décisions
- 8 Français sur 10 estiment qu'une réponse adéquate de la part de la direction d'un établissement à une critique négative « améliorent leur perception de l'hôtel »

Paris, le 13 février 2014 – TripAdvisor®, le plus grand site de voyage au monde*, annonce les résultats d'une étude indépendante soulignant l'importance des avis laissés en ligne par les voyageurs dans le processus ultérieur de recherche et de réservation d'hôtels. L'étude a été réalisée par PhoCusWright** au dernier trimestre 2013 pour TripAdvisor. Le rapport révèle que plus de la moitié des répondants du monde entier préfèrent ne pas effectuer de réservation avant d'avoir consulté les avis d'autres voyageurs sur l'établissement.

Selon les résultats de l'étude, les personnes interrogées visitent régulièrement le site de TripAdvisor. En effet, 29 % se rendent sur le site plusieurs fois par mois (33 % des français interrogés), 12 % le consultent au moins une fois par semaine, et 26 % l'utilisent fréquemment plus d'une fois par semaine (24% des français interrogés). Au total, 67 % des répondants visiteraient le site TripAdvisor plusieurs fois par mois, voire plus.

Plus de 80 % des personnes interrogées estiment que les avis publiés sur le site leur permettent d'être plus sûrs de leurs décisions (85% des français interrogés), et les aident à faire un meilleur voyage. En outre, 93 % considèrent que le séjour à l'hôtel est une part très importante de l'expérience globale en voyage (87% des français interrogés). Les utilisateurs de TripAdvisor ne se contentent pas de consulter les options d'hébergement à leur disposition :

- 77 % consultent généralement ou systématiquement des avis sur TripAdvisor avant de choisir leur hôtel, contre 81% des français interrogés
- 50 % consultent généralement ou systématiquement des avis sur TripAdvisor avant de choisir un restaurant, contre 65% des français interrogés
- 44 % consultent généralement ou systématiquement des avis sur TripAdvisor avant de choisir une attraction à visiter, contre 31% des français interrogés

L'étude offre également des résultats intéressants concernant les raisons poussant les voyageurs à publier des avis, sur la façon dont ils les interprètent lorsqu'ils planifient un voyage, et sur l'impact des réponses provenant de la direction d'un hôtel sur leur perception de l'établissement. Ainsi 60% des répondants français sont davantage susceptibles de réserver dans les hôtels où la direction répond aux avis publiés

« La consultation des avis est indéniablement une part utile et importante de l'expérience de planification d'un voyage » commente Barbara Messing, directrice marketing de TripAdvisor. « Les résultats de cette étude prouvent que les avis jouent un rôle prépondérant dans ce processus, renforcent l'idée selon laquelle les voyageurs sont de plus en plus sociables entre eux, et démontrent à quel point les critiques sont essentielles aux entreprises du secteur de l'hôtellerie. Non seulement les voyageurs consultent des avis avant d'effectuer leurs réservations, mais ils s'engagent également nettement plus auprès des établissements qui y répondent. »

De l'importance croissante des réponses aux avis de la part des gérants

- 87 % des utilisateurs estiment que la présence d'une réponse adéquate de la part de la direction d'un établissement à une critique négative « améliorent [leur] perception de l'hôtel », contre 80% des français interrogés
- 70 % des utilisateurs affirment qu'une réponse agressive/sur la défensive à une critique négative de la part de la direction d'un hôtel leur donne « moins envie d'y réserver une chambre », contre 68% des français interrogés
- 62 % des utilisateurs cherchant à réserver dans un établissement considèrent que la présence d'une réponse de la part d'un gérant « donne l'avantage à cet hôtel face à un concurrent ne répondant pas aux critiques », contre 60% des français interrogés

Combien d'avis faut-il consulter ?

- 80 % des répondants consultent au moins 6-12 avis avant de prendre leur décision lors de la recherche d'un lieu d'hébergement sur TripAdvisor ; ils s'intéressent également davantage aux avis publiés récemment pour plus de précision,
- Un voyageur sur cinq (20 %) consulte plus de 11 avis avant de prendre sa décision lorsqu'il cherche un restaurant où manger ou une attraction locale à visiter sur TripAdvisor.

Comment les voyageurs interprètent les avis

Il est évident que les avis sont importants (à tel point que 53 %, et 46% des français interrogés soit près de la moitié des personnes interrogées ne réservent pas de chambre dans un hôtel sans commentaires). Mais comment les voyageurs les interprètent-ils ? Un certain nombre de points ont pu être mis en lumière en interrogeant les voyageurs sur la façon dont ils ont l'habitude d'utiliser TripAdvisor : les photos publiées par les voyageurs et les prix décernés par TripAdvisor peuvent faire pencher la balance en faveur de certains établissements, mais en général, les utilisateurs ne tiennent pas compte des commentaires excessivement positifs ou négatifs.

- En ce qui concerne les photos mises en ligne par les voyageurs, 73 % des répondants affirment les visionner car elles leur sont utiles pour prendre leurs décisions, contre 78% des français interrogés
- 65 % des personnes interrogées auront tendance à réserver dans des hôtels ayant remporté des prix décernés par TripAdvisor, contre 71% des français interrogés
- 64 % des répondants ont tendance à ne pas tenir compte des commentaires excessivement positifs ou négatifs lorsqu'ils consultent des avis, contre 59% des français interrogés

Les avis ne sont pas importants que pour les hôtels, mais également pour les restaurants. Selon l'étude, 31 % des répondants évitent également de manger dans des restaurants n'ayant fait l'objet d'aucune publication avis, contre 35% des français interrogés.

Pourquoi les voyageurs laissent-ils des avis ?

La majorité des personnes interrogées publient des avis pour relayer de bonnes impressions : ainsi, 74 % des voyageurs déclarent être « heureux de partager des informations qui seront utiles à d'autres voyageurs », contre 68% des français interrogés ; et 70 % des répondants disent avoir voulu « partager [leur] bonne expérience avec les autres voyageurs », contre 72% des français interrogés.

La fonctionnalité de comparaison des prix des hôtels (via un méta-moteur de recherche) permet de gagner du temps et aide à trouver le meilleur prix :

Interrogés au sujet de la fonctionnalité de comparaison des prix des hôtels (à l'aide d'un méta-moteur de recherche) mise en place récemment par TripAdvisor, 51 % des répondants estiment qu'elle les a « aidés à gagner du temps sur le processus de planification de leur voyage », tandis que 52 % affirment que le méta-moteur de recherche de TripAdvisor les a « aidés à trouver l'hôtel adéquat au meilleur prix ».

Quelles différences selon les régions du monde ?

- Les utilisateurs de TripAdvisor en Italie sont parmi les plus friands d'avis sur les restaurants. 75 % des utilisateurs visitent « systématiquement » ou « généralement » TripAdvisor avant de choisir un restaurant ; sur ce plan, l'Italie est suivie par l'Espagne (60 % des utilisateurs), le Royaume-Uni (53 % des utilisateurs) et les États-Unis (46 % des utilisateurs).
- Les utilisateurs de TripAdvisor en Inde sont les moins enclins à réserver dans des hôtels n'ayant pas fait l'objet de commentaires.
- Lorsqu'ils recherchent des avis publiés sur TripAdvisor, les répondants focalisent généralement leur attention sur les plus récents (qu'ils soient positifs ou négatifs) afin de se faire une idée plus précise et d'actualité. Les personnes interrogées en Russie et au Japon sont les seules à préférer consulter un nombre important d'avis (plusieurs pages) afin d'obtenir un sentiment global à partir des opinions des gens.
- Les utilisateurs de TripAdvisor en Espagne sont ceux qui consultent le plus d'avis sur les hôtels avant d'effectuer leurs réservations. 34 % d'entre eux lisent au moins 11 avis avant de faire leur choix.
- Enfin, environ sept Brésiliens sur dix (69 % des répondants) préfèrent réserver dans un hôtel dont la direction répond aux avis, une proportion bien plus importante que dans la plupart des autres marchés.

« Les voyageurs du monde entier aiment voir des photos, réserver des chambres dans des établissements ayant reçu beaucoup d'éloges, et consulter les tout derniers avis afin d'obtenir une perspective récente de l'hôtel, du restaurant ou de l'attraction qui les intéresse, » poursuit Barbara Messing. « Ces résultats soulignent la nécessité pour les gérants de surveiller leur réputation en ligne, mais également d'interagir autant que possible avec leurs clients (anciens ou potentiels). Les bénéfices sont évidents : plus les gérants d'établissements interagissent avec leurs clients, plus les voyageurs sont susceptibles de prendre une réservation. »

Pour consulter l'infographie complète et bénéficier d'informations supplémentaires, veuillez visiter l'adresse <http://www.tripadvisor.fr/TripAdvisorInsights/n2120>

*Source : comScore Media Metrix pour les sites TripAdvisor du monde entier, Décembre 2013

**Selon l'étude de PhoCusWright réalisée pour le compte de TripAdvisor et intitulée « Custom Survey Research Engagement ». Décembre 2013.

À propos de TripAdvisor

TripAdvisor® est le plus grand site de voyage au monde*, il permet aux voyageurs de planifier et d'obtenir le voyage parfait. TripAdvisor offre des conseils fiables, provenant de vrais voyageurs et propose une grande variété de choix de voyages et diverses fonctionnalités d'aide à la planification, avec des liens directement intégrés aux outils de réservation. Les sites de la marque TripAdvisor constituent la plus grande communauté de voyageurs au monde, avec plus de 260 millions de visiteurs uniques mensuels**, et plus de 125 millions d'avis et opinions sur plus de 3,7 millions d'hébergements, de restaurants et d'attractions. Le site est présent dans 34 pays, dont la Chine sous le nom daodao.com. TripAdvisor comprend également TripAdvisor for Business, une division dédiée aux entreprises de l'industrie du tourisme permettant aux professionnels d'accéder aux millions de visiteurs mensuels de TripAdvisor.

TripAdvisor, Inc. (NASDAQ:TRIP) gère et exploite des sites affiliés sous 20 autres marques de voyage:

www.airfarewatchdog.com, www.bookingbuddy.com, www.cruisecritic.com, www.everytrail.com, www.familyvacationcritic.com, www.flipkey.com, www.gateguru.com, www.hotel.com, www.kuxun.cn.

*Source : comScore Media Metrix pour les sites TripAdvisor du monde entier, Décembre 2013

**Source : Google Analytics, données monde, Juillet 2013

©2013 TripAdvisor Inc. Tous droits réservés.

Service de presse

RUMEUR PUBLIQUE

Anne-Lise Ibrahimoff – Romain Mabil – Audrey Noël – Fanny Buchakjian
+33(0)1 55 74 52 00 / TripAdvisor@rumeurpublique.fr

TRIPADVISOR

Artiné Mackertichian/amackertichian@tripadvisor.com

[Twitter](#)

[Facebook](#)