

## D'après l'enquête TripBarometer de TripAdvisor, 9 voyageurs français sur 10 ne partent pas en vacances sans leur téléphone mobile, et, 71% des hôteliers français quant à eux utilisent les médias sociaux.

Paris, 4 novembre 2013 – Malgré la croyance populaire que les vacances sont une période propice à la déconnexion, près de 9 voyageurs sur 10 en France admettent être accrocs à leurs téléphones mobiles selon le **TripBarometer Médias Sociaux & Mobile** de TripAdvisor®, la plus grande enquête internationale menée conjointement auprès de professionnels du tourisme et des voyageurs.

### Rester connecté avec le téléphone mobile

87 % des répondants français ne partent pas en vacances sans leur téléphone mobile, et les appels et l'envoi de SMS restent les deux utilisations principales des téléphones mobiles pour 75% des voyageurs français. Pour 38% des répondants français, le téléphone mobile est un outil parfaitement pratique pour consulter les plans et trouver leurs routes. Enfin 20% d'entre eux utilisent cet appareil pour les médias sociaux et surtout pour internet (23%).

D'une manière plus générale, les 18-24 ans sont ceux qui utilisent le plus leurs terminaux mobiles, 95 % d'entre eux admettent les utiliser pendant leurs voyages. Pour ce qui est du genre, les femmes y semblent légèrement plus attachées (88%) que les hommes (85%).

### L'usage des médias sociaux

Les médias sociaux sont devenus indispensables pour 20% des Français, 49% d'entre eux avouent les utiliser car cela reste le moyen le moins cher pour rester en contact avec les autres. D'ailleurs, pour 44% des voyageurs français c'est le meilleur moyen pour suivre l'actualité, tandis que 32% d'entre eux ne souhaitent rater aucune nouvelle de leurs amis ou familles.

En revanche, ils ne sont seulement que 10% à utiliser les médias sociaux pour faire des jaloux.

| Raison de l'utilisation de l'appareil mobile | Pourcentage des voyageurs français qui utilisent leurs appareils mobiles pendant leur voyage |          |
|--|--|----------|
|  | Smartphone   | Tablette |
| L'accès aux médias sociaux                   | 20%  | 10%      |
| Partager les médias sociaux                  | 18%  | 8%       |
| Chercher un restaurant                       | 33%  | 16%      |
| Chercher une activité                        | 20%  | 17%      |
| Chercher un hôtel                            | 16%  | 13%      |
| Lire des commentaires                        | 22%  | 14%      |

  

| Motifs de l'utilisation des médias sociaux    | Pourcentage des voyageurs qui utilisent les médias sociaux pour les raisons suivantes |        |
|---|---|--------|
|   | Global  | France |
| Rester en contact de manière économique       | 53%   | 49%    |
| Obtenir des recommandations pendant le voyage | 38%   | 30%    |
| Rester informé sur la famille et les amis     | 42%   | 32%    |
| Rester informé comme à la maison              | 32%   | 44%    |
| Actualiser son profil tous les jours          | 28%   | 19%    |

### Les hôteliers à la traîne

Les hôteliers n'ont pas encore saisi les opportunités de business provenant du tourisme mobile. Malgré l'appétit démontré par les voyageurs pour les appareils mobiles pendant les vacances, plus d'un tiers d'entre eux (35%) ne font rien pour atteindre les utilisateurs de terminaux mobiles.

Les hôteliers français (40%) ne comptent pas améliorer leurs offres pour appareils mobiles en 2014, 9% confessent vouloir étendre leurs offres à ces derniers, 14% de développer un site adapté aux mobiles et seulement 2% envisagent de déployer des offres spécifiques à l'attention des utilisateurs de mobiles.

### Les médias sociaux, une solution pour créer une interaction avec les clients actuels et potentiels

Une majorité d'hôteliers français (71%) (29% n'en utilisent aucun) utilisent les médias sociaux pour interagir avec les clients actuels et potentiels via Facebook (64%), Google Plus (24%) et Twitter (14%). Les hôteliers français s'accordent aussi à dire que Facebook est celui qui génère le plus de valeur (51 %) pour eux. Pour autant, près de la moitié des hôteliers français (47%) n'envisagent aucun investissement dans les médias sociaux pour 2014, chiffre le plus élevé parmi tous les pays sondés de l'étude (monde : 23 %).

| Médias sociaux | Pourcentage d'hôteliers qui utilisent les médias sociaux suivants pour interagir avec des clients actuels ou potentiels |        |
|----------------|---|--------|
|                | Mondial   | France |
| Facebook       | 78%   | 64%    |
| Twitter        | 30%   | 14%    |
| YouTube        | 21%   | 9%     |
| Google+        | 19%   | 24%    |
| Pinterest      | 8%  | 4%     |
| Blogs          | 13%   | 7%     |
| Instagram      | 8%  | 2%     |
| Forums         | 5%  | 5%     |

visiteurs uniques par mois via appareils mobiles, une augmentation de 175% par rapport à l'année dernière. Plus de 69 millions de personnes ont installé nos différentes applications, et nous constatons que les voyageurs ne les utilisent pas seulement pour planifier mais aussi durant leurs voyages. Plus d'un commentaire sur trois déposés sur TripAdvisor provient d'utilisateurs connectés via Facebook, cela démontre que les voyageurs sont toujours désireux de partager leurs expériences sur les médias sociaux après leurs voyages. Les résultats du TripBarometer révèlent les opportunités à la disposition des hôteliers pour attirer les voyageurs.»

Pour consulter le TripBarometer complet et l'infographie merci de vous rendre sur <http://www.tripadvisor.fr/TripAdvisorInsights/dapres-lenquete-tripbarometer-de-tripadvisor-9-voyageurs-francais-sur-10-utilisent-un-appareil>

**\*Methodologie:** L'étude a été réalisée en ligne en juin et juillet 2013, commissionnée par TripAdvisor et conduite par Edelman Berland, un institut d'opinion indépendant. Au près de 10,469 propriétaires de l'industrie du tourisme et 19,692 adultes de plus de 18 ans qui ont réservé un voyage en ligne et effectué au moins un voyage dans l'année écoulée. Les personnes interrogées sont originaires : Argentine, Australie, Brésil, Canada, Caraïbe, Chine Egypte, France, Allemagne, Grèce, Inde, Indonésie, Italie, Japon, Malaisie, Mexique, Nouvelle Zélande, Russie, Afrique du Sud, Corée du Sud, Espagne, Thaïlande, Turquie, Emirats Arabes Unis, UK et US. Un nombre total de 601 voyageurs et 655 propriétaires français ont participé à cette étude.

#### 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 3,1 millions d'hébergements, de restaurants et d'attractions. Le site est présent dans 34 pays, dont la Chine sous le nom [daodao.com](http://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 21 autres marques de voyage: [www.airfarewatchdog.com](http://www.airfarewatchdog.com), [www.bookingbuddy.com](http://www.bookingbuddy.com), [www.cruisecritic.com](http://www.cruisecritic.com), [www.everytrail.com](http://www.everytrail.com), [www.familyvacationcritic.com](http://www.familyvacationcritic.com), [www.flipkey.com](http://www.flipkey.com), [www.gateguru.com](http://www.gateguru.com), et [www.kuxun.cn](http://www.kuxun.cn).

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

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

©2013 TripAdvisor Inc. Tous droits réservés.