

Les avis en ligne restent une source d'information fiable lors de la réservation de voyages Une nouvelle étude de TripAdvisor réalisée avec Ipsos MORI révèle que les avis en ligne continuent d'influencer les décisions de réservation : 4 personnes sur 5 se disent plus confiantes dans leurs décisions de réservation après avoir lu des avis.

Paris, le 16 juillet 2019 – TripAdvisor®, la plus grande plateforme de voyage au monde, annonce aujourd'hui les résultats d'une étude qui révèle l'influence significative des avis sur les décisions de réservation.

L'étude mondiale, menée en partenariat avec Ipsos MORI, a été conduite auprès de plus de 23 000 utilisateurs de TripAdvisor dans 12 marchés sur l'utilisation des avis en ligne et leur rôle dans la réservation d'hôtels, de restaurants et d'expériences.

Avis fiables et précis

Parmi les principales raisons de consulter TripAdvisor, les utilisateurs citent :

- **des avis détaillés et utiles (70 %),**
- **des contenus précis (62 %),**
- **un large éventail de contenu de voyage (62 %).**

Parmi les avis lus sur TripAdvisor sur des hôtels, des restaurants et des expériences :

- **Plus de 4 participants sur 5 (85 %) déclarent qu'ils reflètent fidèlement leur expérience,**
- **86 % s'accordant sur le fait que TripAdvisor les conforte** dans leurs choix de réservation.

« Ces résultats montrent à quel point les retours d'expérience de voyageurs sont importants au moment de la réservation d'un voyage », a déclaré Becky Foley, Senior Director, Trust and Safety chez TripAdvisor. « Bien qu'il existe des milliers de sources en ligne pour obtenir des informations de voyage, les voyageurs reviennent toujours à TripAdvisor grâce aux avis qui les guident et leurs donnent toutes les clés en mains pour planifier le voyage dont ils rêvent ».

La confiance en l'humain

Les résultats montrent que les avis des voyageurs demeurent une source d'information incontournable. En effet, **72 % des répondants lisent fréquemment ou même systématiquement les avis sur TripAdvisor** avant de prendre une décision sur leur choix de logement, de restaurant ou d'expérience.

Ce ratio est encore plus élevé lorsqu'il s'agit de réserver un hébergement. **Quatre voyageurs sur cinq (81 %)** lisent fréquemment ou systématiquement les avis avant de réserver leur logement.

Près de 8 utilisateurs de TripAdvisor sur 10 (79 %) sont plus susceptibles de réserver un hôtel ayant une note plus élevée (représentée par des bulles) lorsqu'ils hésitent entre deux établissements aux prestations identiques.

Plus de la moitié des participants (52 %) conviennent qu'ils ne réserveraient jamais un hôtel sans lire les avis au préalable.

La fraîcheur et la cohérence des avis : deux critères essentiels pour les voyageurs

Lorsqu'ils font des recherches sur leurs voyages, les répondants déclarent que **les avis doivent être récents** afin qu'ils puissent les considérer comme légitimes. Ils souhaitent que ce qu'ils lisent retranscrive une expérience récente, **78 % d'entre eux ne prenant même uniquement en compte que les avis les plus récents.**

Les utilisateurs de TripAdvisor prennent des décisions réfléchies : près de **quatre répondants sur dix (39 %)** disent ignorer les avis extrêmes, et **plus de la moitié des répondants (55 %)** lisent plusieurs avis sur plusieurs pages afin de se faire une idée

générale des opinions des voyageurs.

En moyenne, les utilisateurs de TripAdvisor lisent **neuf commentaires avant de prendre une décision sur la réservation d'un hôtel ou d'un restaurant.**

Pourquoi les voyageurs écrivent-ils des avis ?

Les résultats de la recherche soulignent que TripAdvisor n'est pas simplement un endroit où les gens peuvent exprimer leur mécontentement. Lorsqu'ils sont interrogés sur leurs motivations pour écrire des avis sur TripAdvisor, **la raison principale donnée par 87 % des personnes interrogées est qu'ils veulent partager leurs belles expériences avec d'autres voyageurs** ; ceci est d'autant plus confirmé par le fait qu'**la note moyenne mondiale sur TripAdvisor en 2018 était 4,22 sur 5.**

« La possibilité de publier des photos, associée à un nombre de mots minimum pour publier un avis, permettent aux voyageurs de partager leurs expériences et leurs histoires, de la manière la plus claire et fidèle possible. Les avis deviennent ainsi de véritables guides, utiles au processus de planification des voyageurs », conclut Becky Foley.

Méthodologie

L'étude Power of Reviews a interrogé 23 292 utilisateurs de TripAdvisor dans 12 marchés (Australie, Chine, France, pays germanophones, Inde, Italie, Japon, Singapour, Espagne, Taiwan, Royaume-Uni, États-Unis) entre mai et juin 2019. L'enquête visait les utilisateurs qui ont visité le site au cours des 12 derniers mois. L'échantillon est composé d'utilisateurs de TripAdvisor qui avaient choisi de participer à un panel d'enquête et qui ont été invités à participer à l'étude via un lien e-mail les dirigeant vers une plateforme d'enquête en ligne. Ipsos MORI a participé à la conception du questionnaire et à l'analyse des données. Les résultats sont pondérés pour représenter le profil de résidence des utilisateurs de TripAdvisor dans les marchés participants.

<https://tripadvisor.mediaroom.com/press-releases?item=126284>