

Le tourisme en ligne en France

Par **Philippe Fabry** - 6 avril 2016



La France, 66,13 millions d'habitants en 2015, compte 55,4 millions d'internautes. Le Taux de pénétration d'Internet est ainsi supérieur à 83%. En janvier 2016, si on se limite aux internautes de 15 ans et plus, qui ce sont 45,5 millions d'internautes se sont rendus sur Internet depuis un ordinateur, un mobile ou une tablette (18,2 millions d'entre eux se sont connectés sur les 3 écrans, soit 43 %), soit près de 9 Français sur 10 (Médiamétrie/NetRatings, janvier 2016).

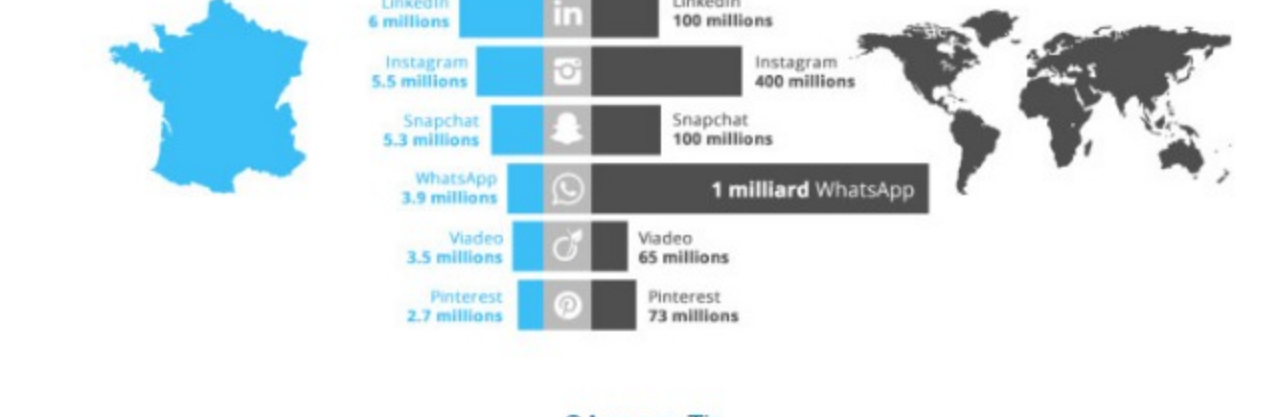
Chaque internaute passe en moyenne un peu plus de 3h30 par jour sur Internet depuis un PC ou une tablette, 58 minutes depuis un smartphone et 1h16 pour aller sur les réseaux sociaux (We are Social, janvier 2016).

Les Français sont massivement équipés en mobile. Il y a en effet 72,180 millions d'abonnements (cartes SIM) au téléphone portable, soit un taux de pénétration de 109 % (Arcep 4e trimestre 2015). Plus de 6 Français sur 10 sont ainsi des mobinautes (33,7 millions selon Mobile Marketing Association France – 2016). Ils sont majoritairement équipés en smartphones à 69 % (ensemble des internautes de 15 ans et plus – Web Observatoire).

Il s'est vendu un peu plus de 20 millions de smartphones en 2015, et les ventes devraient dépasser les 22 millions en 2016 selon GfK. Les Français recherchent avant tout des informations locales. Ils utilisent leur mobile également pour se renseigner sur les produits (74 %). 26 % des possesseurs de smartphones ont déjà fait des achats via leur téléphone (Source : Etude « Our Mobile Planet » de Google).

L'utilisation des réseaux sociaux

Il y a 32 millions d'utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux. Facebook continue de dominer le marché avec 31 millions d'utilisateurs actifs, suivi de Youtube avec 23 millions de visiteurs uniques.



©Agence Tiz

Pour aller plus loin dans les chiffres clés

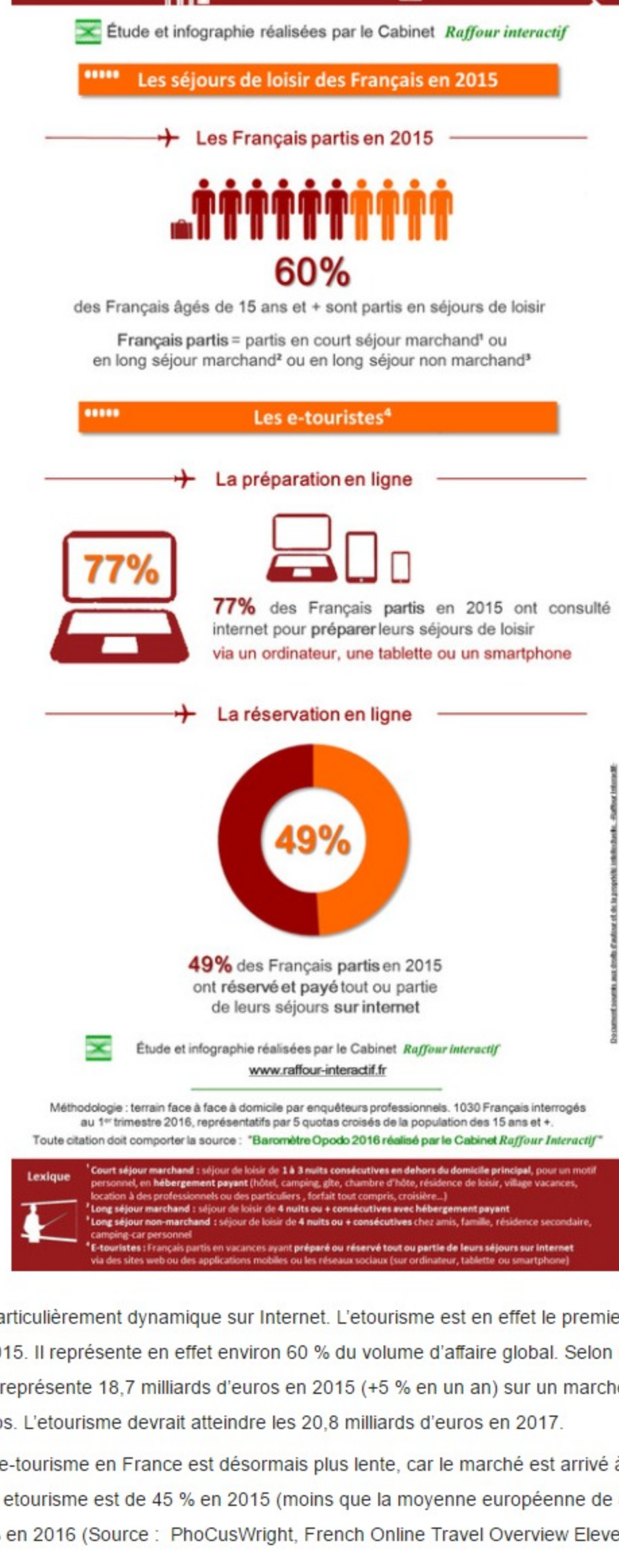
En lecture complémentaire, je ne peux que conseiller, même si c'est assez long (plus de 500 slides), la synthèse (sic) annuelle de We Are Social.



Digital in 2016 from We Are Social Singapore

Le marché du tourisme en ligne en France

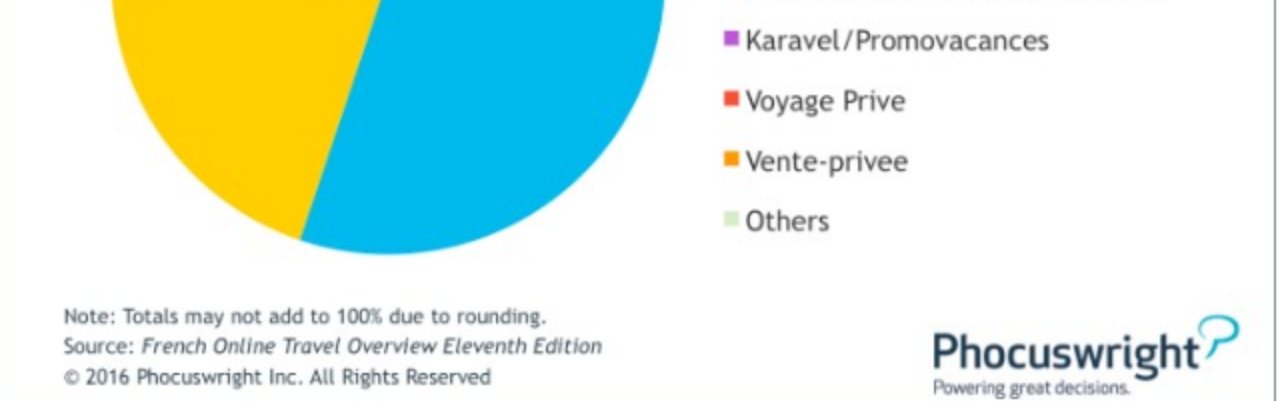
Selon le dernier baromètre Opodo 2016, 77 % des Français partis (+ 6 points en un an) préparent leur voyage en ligne. On notera en particulier une réservation entièrement en ligne pour 49 % des partis (+ 4 points). Enfin en ce qui concerne le m-tourisme, il y a 39 % de préparation ou de réservation sur les smartphones et les tablettes (+ 7 points).



Le tourisme est particulièrement dynamique sur Internet. L'e-tourisme est en effet le premier secteur du e-commerce en 2015. Il représente en effet environ 60 % du volume d'affaire global. Selon PhoCusWright, le tourisme en ligne représente 18,7 milliards d'euros en 2015 (+5 % en un an) sur un marché global de plus de 43 milliards d'euros. L'e-tourisme devrait atteindre les 20,8 milliards d'euros en 2017.

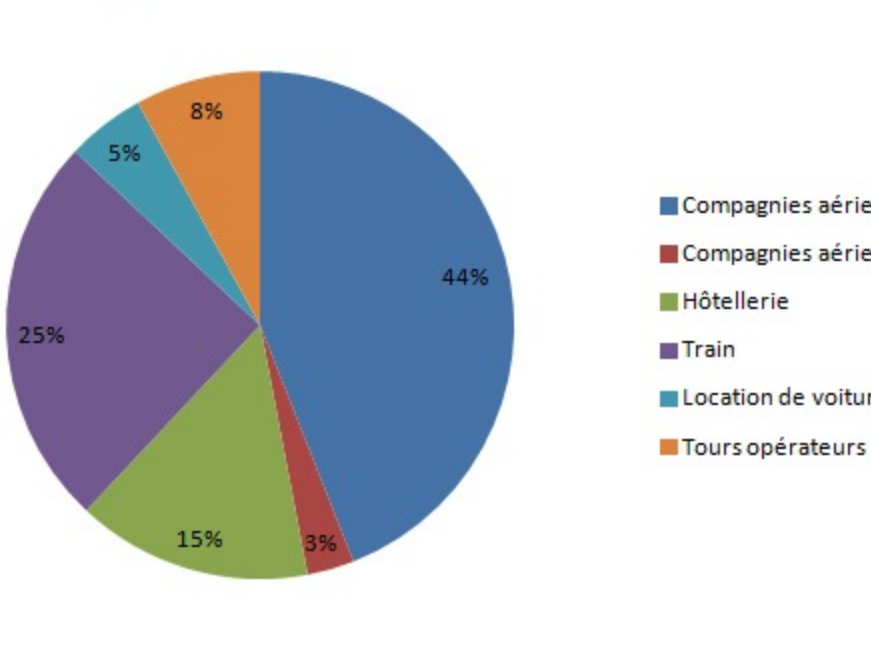
La croissance du e-tourisme en France est désormais plus lente, car le marché est arrivé à maturité. Le taux de pénétration du e-tourisme est de 45 % en 2015 (moins que la moyenne européenne de 52 %) et il devrait atteindre les 45 % en 2016 (Source : PhoCusWright, French Online Travel Overview Eleventh Edition).

A elles seules, les agences en ligne détiennent 43% du marché des ventes en ligne en 2015. Ce chiffre est relativement stable depuis 2012. A lui tout seul, Booking représente 40 % du marché.



Si on isole les agences en ligne du reste, le marché en ligne est d'abord dominé par les compagnies aériennes avec 44 % des ventes en 2015. Puis c'est le train qui occupe une part significative du marché avec 25 % des ventes en directes. Enfin l'hôtellerie complète le trio de tête avec 15 % des ventes en ligne en 2015 (en progression, c'était 11 % en 2012). Pour compléter ces chiffres, je vous renvoie au billet de PhoCusWright sur la France (As France's Travel Market Bounces Back, Online Competition Heats Up).

Répartition des ventes directes en 2015



(Source : PhoCusWright, French Online Travel Overview Eleventh Edition)

Les comportements et attentes des internautes : rien de nouveau sous le soleil

Internet est désormais une source d'information essentielle pour la préparation d'un séjour. Les internautes utilisent le plus souvent Internet pour comparer les prix, pour trouver de bonnes affaires, ou encore, et bien sûr, pour trouver leur destination en regardant par exemple des photos ou en compilant les informations sur tel ou tel pays/endroit.

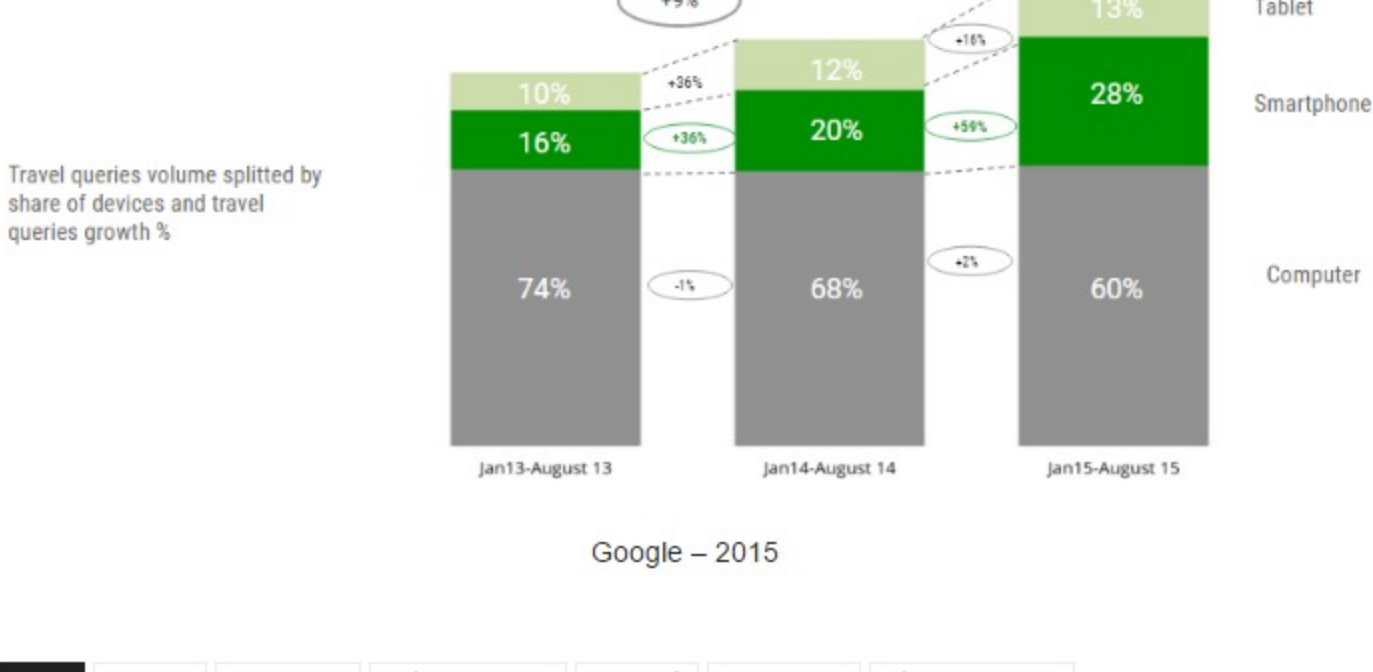
En fine, les touristes se connectent sur Internet pour 4 motifs principaux :

- Tout d'abord, **ils recherchent la meilleure affaire**, c'est-à-dire le meilleur rapport qualité-prix. Ils comparent les prix et les offres. On estime qu'un internaute compare au moins quatre/cinq offres avant de se décider à acheter ou non.
- Ils désirent visualiser le lieu**. L'internaute a besoin de se projeter dans ses futures vacances. Il faut faire rêver, mais aussi répondre au besoin de « voir » pour sélectionner une offre par rapport à une autre (confiance).
- Ils recherchent des informations pratiques**. Ce critère est simple mais difficile à définir car cela dépend du type d'offre. On peut néanmoins retenir : le prix de toutes les prestations, un détail sur les services proposés, la grille tarifaire, que faire autour du lieu, les horaires d'ouverture, l'adresse mail, les horaires de la permanence téléphonique, le besoin d'un visa ou pas, les principales compagnies desservant la destination, les ambassades.
- Enfin ils préparent des itinéraires** : comment aller au lieu de son séjour ? A l'étranger cela consiste plus particulièrement à indiquer les itinéraires, les différents modes de transport et éventuellement le coût, depuis les principaux aéroports.

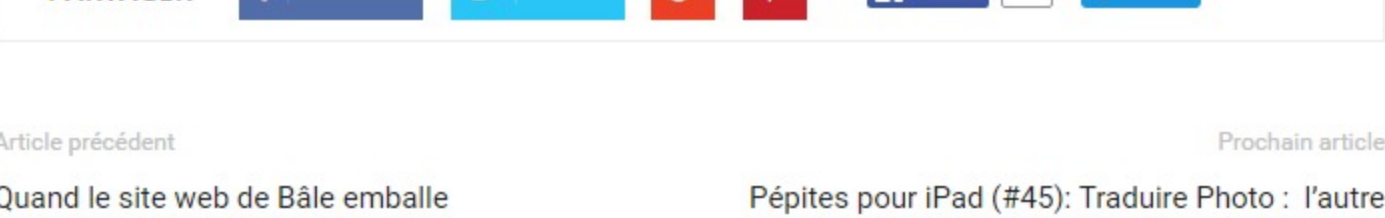
Ces motifs ne sont pas nouveaux, mais sont toujours d'actualité : séduire, informer, renseigner, conseiller. Tous les internautes sont friands d'informations touristiques. Au-delà d'une demande de mises à jour régulières, on note également une forte demande de visualisation des prestations sur une carte, et également la possibilité de réserver et d'acheter en ligne. On peut retenir, même si cela commence à dater, l'étude M-Tourisme et réseaux sociaux : les pratiques des clientèles européennes (Les pratiques et attentes des clientèles européennes en ligne dans le tourisme).

Le parcours d'achat d'un voyageur

Selon Google, le parcours d'achat d'un voyageur dure 55,8 jours en moyenne et l'internaute français consulte en moyenne 8 sites web avant de se décider. Le consommateur passera ainsi un peu plus de 2 heures sur les sites de voyage avant d'acheter. Le parcours d'achat est ainsi devenu relativement long et complexe et multi-supports pour une même transaction (ordinateur, tablette, mobile). Pour plus de précision, lire la synthèse de Google sur E-tourisme : un parcours d'achat long et sophistiqué.



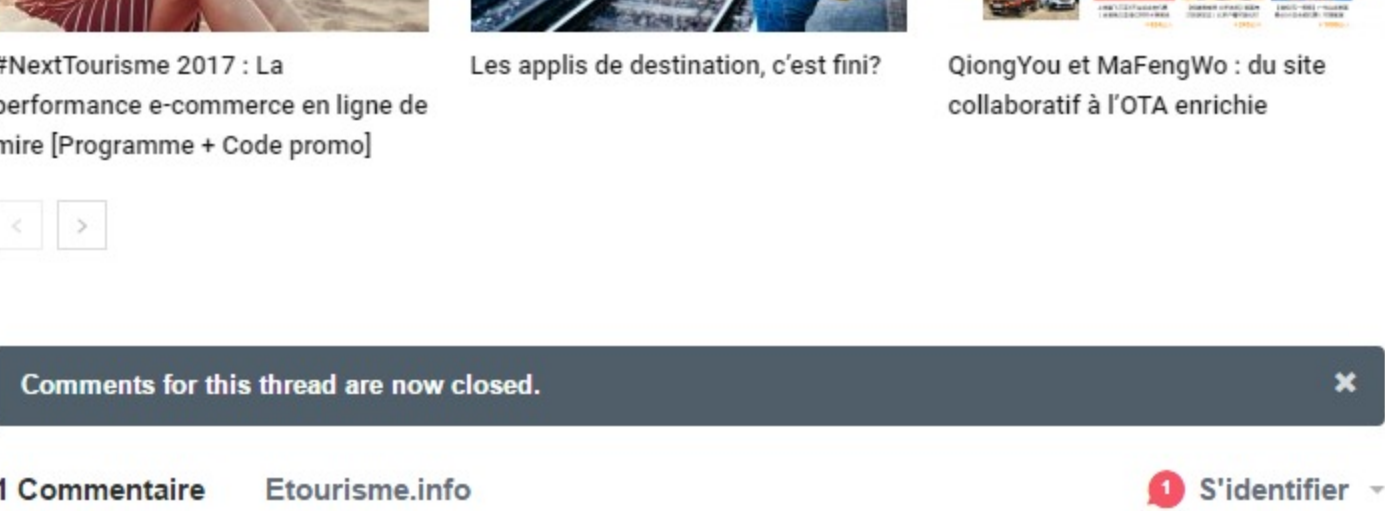
TAGS : chiffres, etourisme, médias sociaux, mobilité, mtourisme, réseaux sociaux



Article précédent : Quand le site web de Bâle emballa - Prochain article : Pépites pour iPad (#45): Traduire Photo : l'autre façon de devenir polyglotte !

Philippe Fabry
Philippe Fabry est en charge du e-tourisme à ATOUT FRANCE, où il s'occupe en particulier des problématiques autour de la commercialisation, des stratégies de positionnement sur Internet, d'études sur les TIC appliquées au tourisme, et d'audits de sites web. Il tient également à titre personnel un blog, www.tourisme-tic.com, avec des thèmes de réflexion sur l'e-tourisme, la mobilité, les usages, les comportements et attentes des internautes, les TIC au service du tourisme culturel. Email : pfabry@etourisme.info Twitter : [etfab](https://twitter.com/etfab)

ARTICLES CONNEXES - PLUS DE L'AUTEUR



Comments for this thread are now closed.

1 Commentaire - Etourisme.info - S'identifier

Recommander - Partager - Les meilleurs

Sam - il y a un an - Article très intéressant ! J'ai trouvé aussi sur le web un autre article qui concerne plutôt le m-tourisme et l'utilisation d'Internet pendant le séjour : <http://www.web-creatif.net/>...

ÉGALEMENT SUR ETourisme.info

Paroles d'habitants : faites entrer le témoin - REZO POUCE, thumbs up pour le pouce mobile

Mme Sirtakui - Le personnel des OT est aussi, dans un grand nombre de cas, habitant de la destination qu'il promeut et à ce titre, ... - Mme Sirtakui - Je trouve que le tarif proposé est un peu élevé et n'apporte pas de grande plus-value par rapport à Blablacar ou aux ...

Le point sur la blockchain - Testez votre site web en quelques secondes avec « Test My Site

Jérôme Leclair - C'est en effet tout le sens de ma conclusion et le rôle que j'imagine pour nos Offices de Tourisme comme cheville ... - Besançon Tourisme - Une bonne idée mais cela reste très basique comme outil. Pour un vrai audit technique et de contenu, et sans ...

S'abonner - Ajouter Disqus à votre site web - Privé - DISQUIS

DERNIERS COMMENTAIRES - SUIVEZ-NOUS SUR TWITTER - REJOIGNEZ NOS FANS SUR FACEBOOK

Besançon Tourisme Une bonne idée mais cela reste très basique comme outil. Pour un vrai audit technique et de... Testez votre site web en quelques secondes avec « Test My Site » - 5 days ago

Sophie Duprat-Caouré Merci et avec plaisir ! Akarao, un village presque français - 5 days ago

Sophie Duprat-Caouré Avec plaisir :) merci pour le petit conseil, si nous repassons dans les environs nous n'y... Akarao, un village presque français - 5 days ago

Tweets de @etourismeinfo - À lire sur le blog : Photos gratuites et livres de droit, nouvel arrivé ! Il s'agit de...

Photos gratuites et livres de dr... Vous aimez l'appli avec qualité 4 h

etourisme.info - Sur le blog aujourd'hui : Photos gratuites et livres de droit, nouvel arrivé ! http://www.etourisme.info/photos-gratuites-livres-de-droit-...

À PROPOS DE NOUS - NOS RÉSEAUX SOCIAUX

etourisme.info : votre quotidien de l'e-tourisme. L'association regroupe une Rédaction de 10 auteurs passionnés ainsi que des rédacteurs invités, tous bénévoles.

etourisme.info - le quotidien du tourisme - Facebook - Twitter

© 2016 - etourisme.info - Tous droits réservés - Agence Web Créatives - Mentions légales