



Les sites d'Offices de Tourisme : Quelle perception des internautes français ?



Etude Ad Hoc Easy Voyage
Février-Avril 2008





Présentation *Easyvoyage*

Les Chiffres **Leader sur le marché de l'infomédiation**

10 millions de pages vues par mois

3 millions de visiteurs uniques

2,5 millions d'abonnés à la newsletter

2 500 hôtels qualifiés par nos journalistes présentés sur nos sites et renouvelés à hauteur de 50% chaque année

Nos Sites



La Rédaction

Rédacteur en chef

Laurent Serfaty

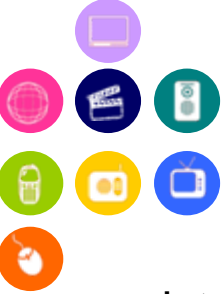
8 Chefs de Rubriques

Estelle Mariotte, Nicolas Pelé

Emilie Jusot, Constance Balland

Karina Walbreck, Frédéric Fromentin, Leila Agoumallah





Rappel du concept Easyvoyage

Fournir Internaute tous les contenus et outils facilitant la recherche de voyage sur Internet et ainsi de proposer aux différents acteurs du voyage une audience ultra qualifiée

Information	Labellisation par des journalistes	Notation des produits	Mise en relation	Comparaison	Dénicheur de bons plans
<p>Le contenu voyage le plus complet du web produit et mis à jour par 8 journalistes permanents</p>	<p>L'avis objectif des journalistes d'Easyvoyage</p>	<p>Notations par les clients</p>	<p>De véritables plates-formes d'échanges interactifs</p>	<p>L'offre la plus complète du marché Vols – Circuits – Séjours – Hôtels – Locations voitures</p>	<p>Sélection pour les Internaute des meilleures offres du marché</p>
<p>Guide de voyage :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 250 destinations présentées - 10 000 pages de contenu - 1 200 cartes - 5 000 photos de sites touristiques - 45 000 photos d'hôtels <p>Des informations pratiques (météo, actualités,..) mises à jour en temps réel</p>	<p>Plus de 2 000 hôtels de séjour visités et notés</p> <p>Une base de qualification composée de 120 critères</p>	<p>Afin de donner une plus large vue du produit, Easyvoyage permet aux clients de noter les hôtels testés par les journalistes. Ces opinions sont modérées par les journalistes d'Easyvoyage. Plus de 5.000 avis d'hôtels sont présents sur le site</p>	<p>Partager son avis sur les produits référencés par le portail</p> <p>Échanger des illustrations sur certains lieux</p> <p>Consulter les carnets de voyages</p>	<p>5 moteurs multicritères entièrement développés par Easyvoyage pour comparer plus de 85% des offres présentes sur le net</p> <p>Buzz sur les vols permettant d'afficher les meilleurs tarifs par destination (grâce aux 3 millions de recherches effectuées sur notre site)</p>	<p>Envoi hebdomadaire d'une newsletter comportant une sélection des meilleurs bon plans voyages de la semaine à 2,5 millions d'abonnés</p> <p>Sélection effectuée par notre équipe de journalistes professionnels</p>



Les partenaires *EasyVoyage*

Nos principaux partenaires médias



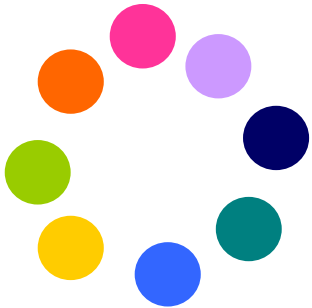
Nos partenaires pur players




Nos implantations en Europe



Le voyage sur Internet : audience et investissements publicitaires





Zoom sur les budgets publicitaires du secteur du voyage

- En 2007, les investissements publicitaires des sites Internet du Voyage-Séjours-Campings avoisinent les 169 millions d'euros
- En tête des investisseurs, on retrouve Switch Voyages SNCF, Club Méditerranée...etc.

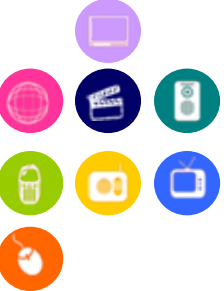
Source : Secodip



Zoom sur les budgets publicitaires des Offices de Tourisme

- ...sur cette même période, le budget publicitaire des Offices de Tourisme s'élève à 39 Millions d'euros brut
- 51% des investissements publicitaires proviennent des Offices de Tourisme étrangers, soit 20 Millions d'euros.
- Les Offices de Tourisme étrangers représentent plus d'un tiers des annonceurs en Office de Tourisme, soit 48 annonceurs sur 142.

Source : Secodip



Top 15 des annonceurs voyageurs & Offices de Tourisme

<u>Annonceur</u>	<u>Investissements en Millions d'€</u>
Switch Voyages	52,92
SNCF	39,49
Club Méditerranée	17,24
Karavel	15,58
Expedia	9,75
Look Voyages	5,08
Lastminute	4,94
Marmara Groupe	2,58
Easy	2,13
Center Parcs	1,94
Amadeus France	1,68
Thomas cook	1,36
Pierre et Vacances	1,26
Maeva	1,07
Vacances Transat	0,76

<u>Office de Tourisme</u>	<u>Investissements en Millions d'€</u>
OT. Espagne	3,97
OT. Belgique	3,95
OT. Irlande	1,21
OT. Grèce	1,13
OT. Australie	1,13
OT. Hong Kong	0,88
OT. Ecosse	0,82
OT. Quebec	0,77
OT. Canada	0,6
OT. Suisse	0,55
OT. Pays de Galles	0,54
OT. Tahiti	0,47
OT. Délégation de l'Ontario	0,45
OT. Portugal	0,44
OT. Autriche	0,39

Perception des Internautes des sites d'Offices de Tourisme étrangers





Quelle perception des sites Internet des Offices de Tourisme ?

Nous avons souhaité interroger les internautes sur leur perception des sites d'Offices de Tourisme:

Comment les trouvent-ils, que leur manque-t-il? inspirent-ils confiance, donnent-ils envie de visiter les destinations ?

Easy Voyage a confié à Médiamétrie la réalisation d'une étude permettant de mesurer le niveau de satisfaction des internautes et leurs attentes par rapport à ces sites.



Objet de l'étude

La présente étude a pour objet de mesurer la perception des internautes d'un ensemble de 51 sites Web d'Offices de Tourisme étrangers.

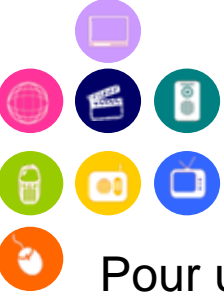
Aspect général, richesse de l'information, fluidité de navigation, dynamisme, attrait du site: ce sont les critères que les internautes ont évalué dans le cadre de cette étude.

Cette évaluation a permis d'établir un classement final des sites sur la base de la note globale attribuée à chacun mais aussi sur la base d'une moyenne des notes par critère.



Méthodologie

- ⇒ **Un terrain d'enquête** en ligne réalisé en février-mars 2008.
- ⇒ Un échantillon composé de **3 300 internautes** représentatifs de la population française d'internautes de 25 ans et plus (NOMBRE D'INTERNAUTES DE 25 ANS ET +).
- ⇒ Répartition de l'échantillon en **huit sous échantillons de tailles égales** : à chacun a été soumis un groupe de **7 sites web d'Offices de Tourismes** étrangers afin de les visiter et de **les évaluer sur la base de 14 critères**.
- ⇒ Présentation des évaluations reflétant **les moyennes des notes attribuées** par les internautes à chacun des sites.



Projection des résultats

Pour une meilleure lecture des résultats, nous avons codifié les critères d'évaluation en 3 catégories, et présenté le top 10 du classement des sites selon chacune de ces 3 catégories de critères.

Les critères sont codifiés de la façon suivante :

I – Aspect extérieur et impression générale

- A. Impression générale du site lors de son ouverture
- B. Esthétique et qualité générale des visuels
- C. Confiance inspirée par le site
- D. Le site vous donne envie de découvrir la destination

II – Diversité et richesse de l'information

- A. Facilité pour trouver des informations générales du type carte du pays, histoires, climats
- B. Facilité pour trouver des informations pratiques comme la monnaie du pays, santé, visa
- C. Facilité pour trouver des informations pour préparer mon voyage, compagnies aériennes, hôtels, activités, évènements
- D. Facilité pour trouver des informations sur les fêtes, évènements, festivals...

III – Clarté et fluidité de navigation

- A. Clarté de l'organisation des rubriques
- B. Clarté de la mise en page
- C. Facilité de navigation dans le site



Liste des sites évalués

Les sites suivants ont été évalués dans le cadre de l'étude *Easy Voyage*

Afrique du Sud	Hollande	Norvège
Allemagne	Hong-Kong	Pologne
Autriche	Hongrie	Portugal
Bahamas	Ile Maurice	Québec
Belgique	Irlande	République Tchèque
Brésil	Israël	Réunion
Canada	Italie	Seychelles
Chine	Japon	Slovénie
Corée	Jordanie	Sri Lanka
Croatie	Lituanie	Suède
Cuba	Madagascar	Suisse
Egypte	Malaisie	Sultanat d'Oman
Espagne	Malte	Tahiti
Finlande	Maroc	Thaïlande
Grande Bretagne	Martinique	Tunisie
Grèce	Mexique	Turquie
Guadeloupe	Monaco	USA

Les principaux enseignements de l'étude

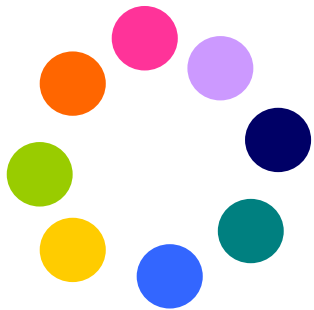


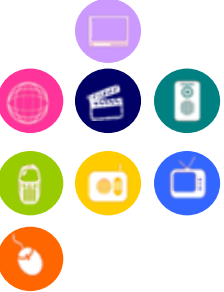


Les 3 grandes catégories de critères : 1^{ers} résultats

- ⇒ Pour la première impression et l'esthétique des sites, même s'ils donnent une bonne impression générale, beaucoup de sites n'inspirent pas vraiment confiance et ne donnent pas envie de découvrir la destination.
- ⇒ Les informations générales sont globalement disponibles sur les sites, mais une grande majorité d'entre eux présentent des lacunes en termes d'informations pratiques et culturelles .
- ⇒ Une grande majorité des sites présente une organisation « aléatoire » des rubriques et une navigation peu fluide.

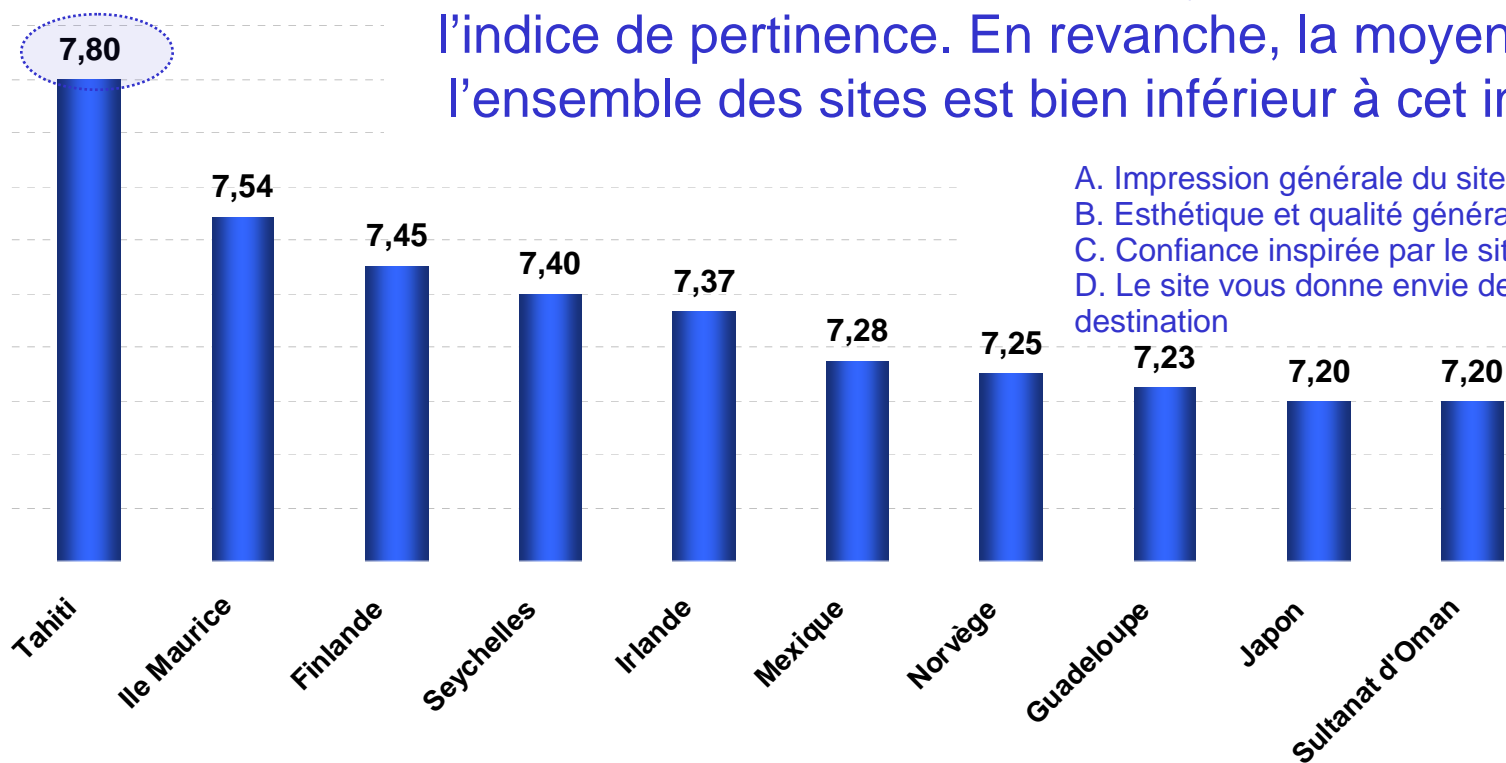
Le top 10 des sites selon les 3 familles de critères d'évaluation





Top 10 des sites selon l'aspect extérieur et l'impression générale

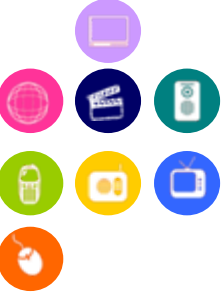
Pour une première impression et l'aspect extérieur, le top 10 des sites obtient une moyenne supérieure à l'indice de pertinence. En revanche, la moyenne de l'ensemble des sites est bien inférieur à cet indice.



- A. Impression générale du site lors de son ouverture
- B. Esthétique et qualité générale des visuels
- C. Confiance inspirée par le site
- D. Le site vous donne envie de découvrir la destination

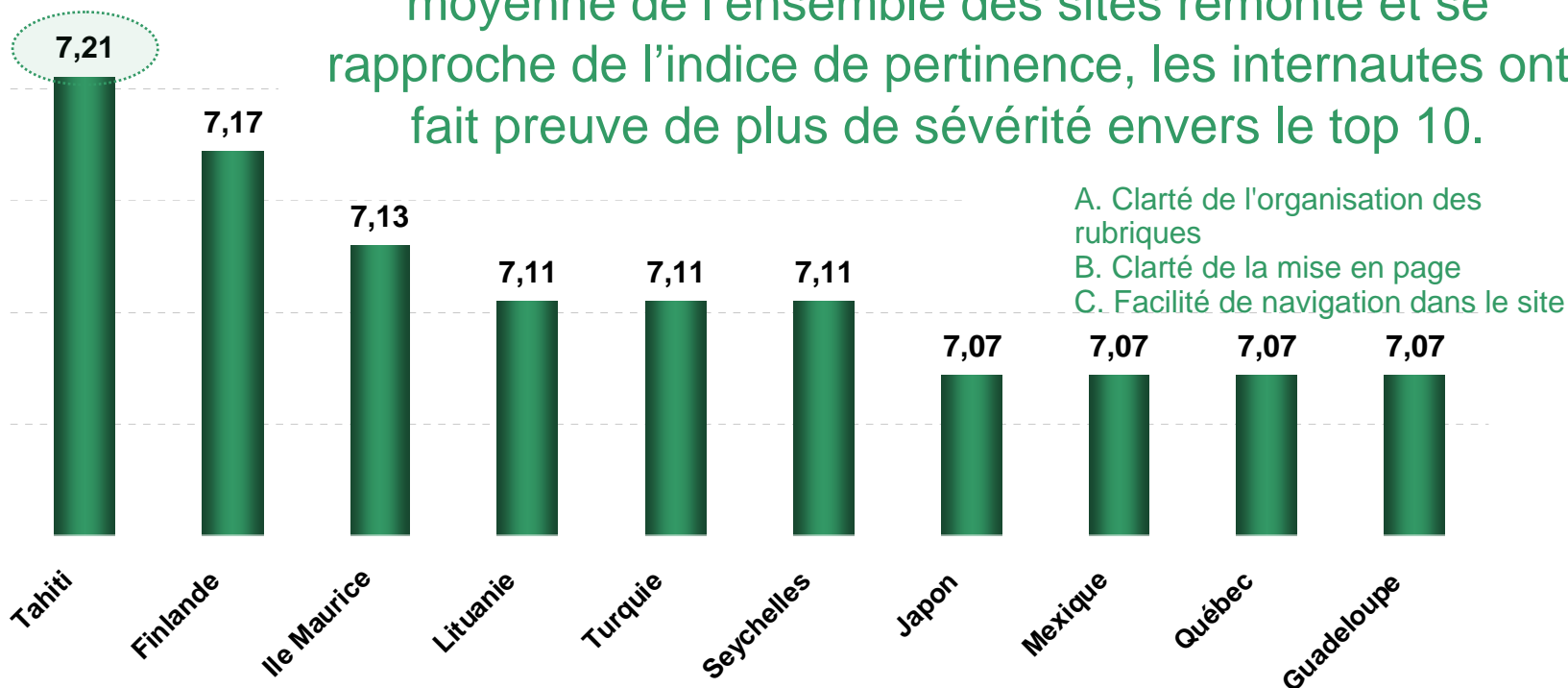
Moyenne de l'ensemble des sites : 6,7

Moyenne du top 10 : 7,4




Top 10 des sites selon la clarté et la fluidité de navigation

La tendance s'inverse pour la fluidité de la navigation et la clarté de l'organisation de leurs rubriques : alors que la moyenne de l'ensemble des sites remonte et se rapproche de l'indice de pertinence, les internautes ont fait preuve de plus de sévérité envers le top 10.



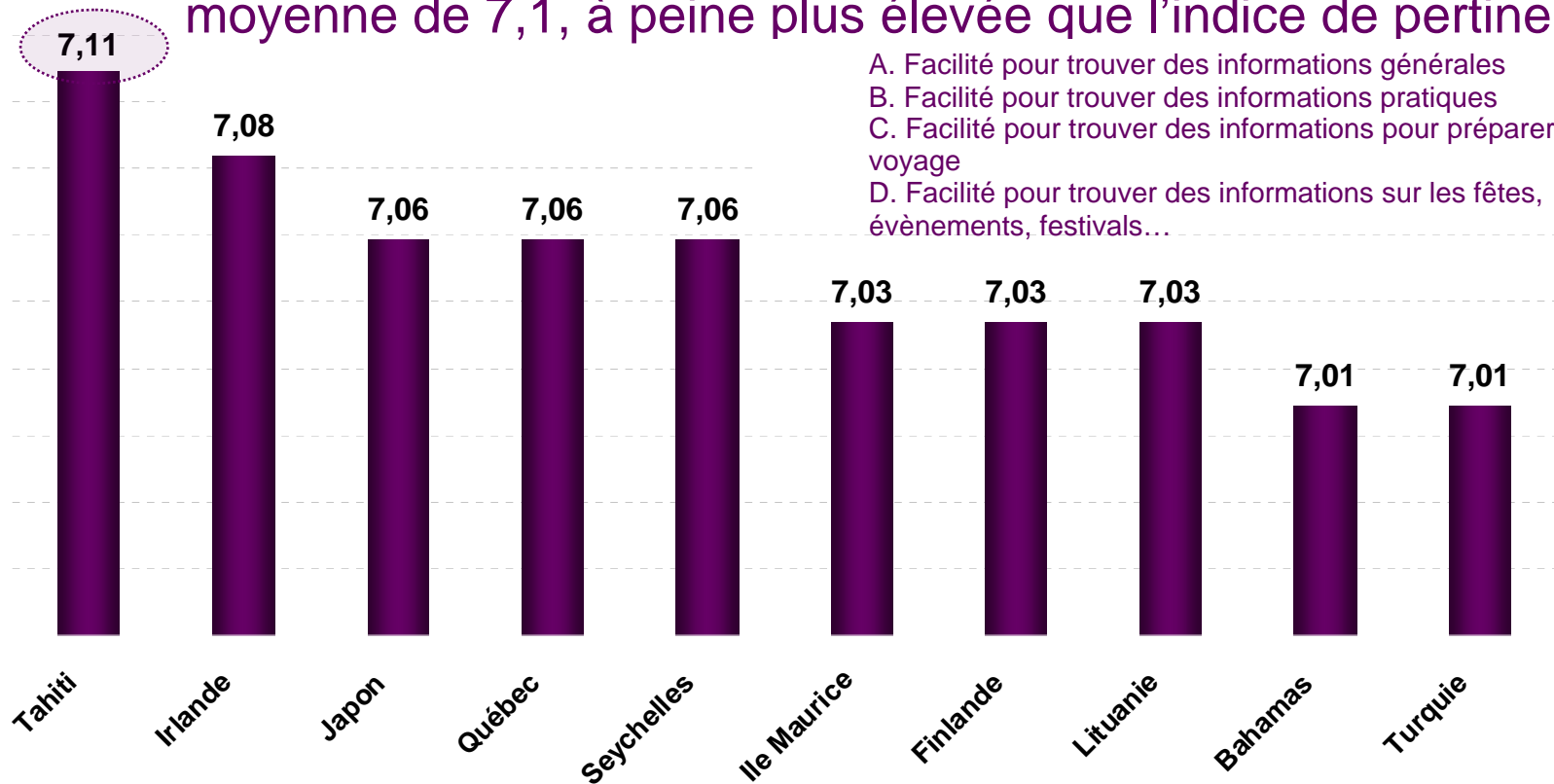
Moyenne de l'ensemble des sites : 6,9

Moyenne du top 10 : 7,1



Le top 10 des sites selon la disponibilité de l'Information

Pour la disponibilité de l'information, les internautes ont encore fait preuve de sévérité envers le top 10 qui enregistre une moyenne de 7,1, à peine plus élevée que l'indice de pertinence.

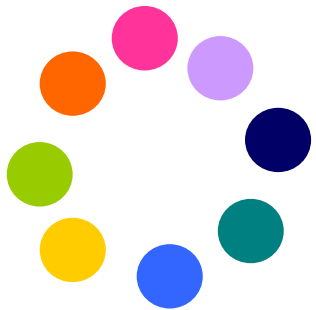


- A. Facilité pour trouver des informations générales
- B. Facilité pour trouver des informations pratiques
- C. Facilité pour trouver des informations pour préparer mon voyage
- D. Facilité pour trouver des informations sur les fêtes, évènements, festivals...

Moyenne de l'ensemble des sites : 6,9

Moyenne du top 10 : 7,1

Commentaires des internautes





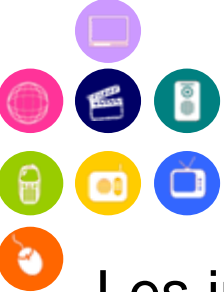
Des sites plus colorés, plus dynamiques, plus jeunes

... d'un point de vue visuel, ces sites manquent de couleurs, de clarté, et de dynamisme. Ces lacunes sont présentes dans une large majorité des sites.

... l'originalité fait défaut à ces sites. Certains internautes parlent de sites trop classiques, ternes, plats et parfois austères.

La chaleur fait défaut, les sites sont décrits comme étant froids et ne donnant pas envie de visiter les pays. Les sites ne mettent pas en valeur les richesses des destinations.

Les internautes parlent de sites trop vieux et peu adaptés à des populations jeunes. Les sites n'invitent pas au rêve comme le font les voyages.



Des sites plus riches en photos et en informations

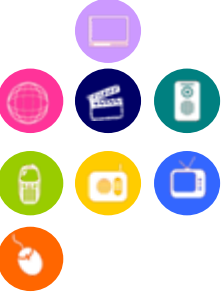
Les internautes évoquent souvent...

...un manque de photos, notamment celles évocatrices du pays. Les internautes parlent d'une inadéquation entre les visuels et les destinations et un manque d'originalité dans le choix des paysages.

...un accès difficile aux informations pratiques, notamment celles relatives aux tarifs et à l'hébergement. Il est souvent fait mention de l'absence d'informations culturelles ou de conseils sur les régions à visiter. Les internautes évoquent également des informations obsolètes.

Les internautes évoquent des sites scolaires avec des informations très peu pertinentes pour les voyageurs.

... les internautes réclament des liens vers des offres promotionnelles ou des offres ciblées pour visiter les pays.



Des sites plus cohérents dans l'organisation et avec des adresses faciles à mémoriser

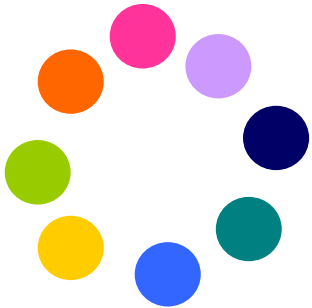
... Beaucoup présentent une **organisation confuse et peu pertinente**, il est difficile de trouver l'information rapidement et dans les rubriques qui devraient lui être dédiées.

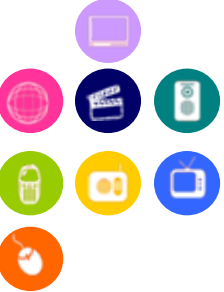
La **navigation** sur les sites est décrite comme étant **énigmatique et très approximative**.

Concernant les adresses des sites, les internautes réclament des **adresses simples évocatrices des destinations** et rédigées en français.

Les sites sont parfois rédigés dans **un français très approximatif** et plus parlé qu'écrit. Les fautes d'orthographe trop souvent présentes ne donnent pas envie de passer du temps sur les sites.

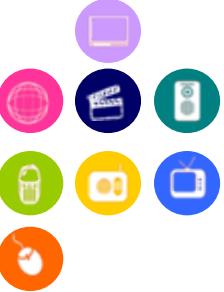
Le classement global des sites d'Offices de Tourisme étrangers





Classement général des sites

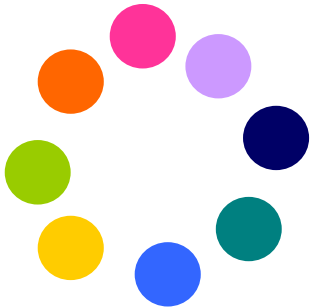
6. Japon	7,24	21. Suède	6,94	36. Cuba	6,53
7. Lituanie	7,19	22. Canada	6,94	37. Madagascar	6,52
8. Québec	7,19	23. Autriche	6,91	38. Croatie	6,51
9. Turquie	7,18	24. Malte	6,90	39. Belgique	6,51
10. Guadeloupe	7,16	25. République Tchèque	6,89	40. Tunisie	6,43
11. Sri Lanka	7,16	26. Hongrie	6,84	41. USA	6,42
12. Norvège	7,14	27. Grèce	6,84	42. Monaco	6,27
13. Bahamas	7,14	28. Allemagne	6,84	43. Afrique du Sud	6,09
14. Mexique	7,06	29. Corée	6,78	44. Maroc	5,96
15. Réunion	7,05	30. Hong-Kong	6,69	45. Egypte	5,94
16. Suisse	7,02	31. Jordanie	6,68	46. Italie	5,90
17. Martinique	7,01	32. Angleterre	6,62	47. Hollande	5,83
18. Portugal	7,00	33. Thaïlande	6,57	48. Malaisie	5,82
19. Espagne	6,98	34. Israël	6,6	49. Chine	5,68
20. Sultanat d'Oman	6,95	35. Brésil	6,55	50. Pologne	5,61
				51. Slovénie	4,84

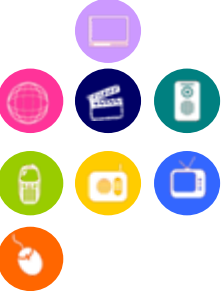


Top 5 des sites d'Offices de Tourisme étrangers

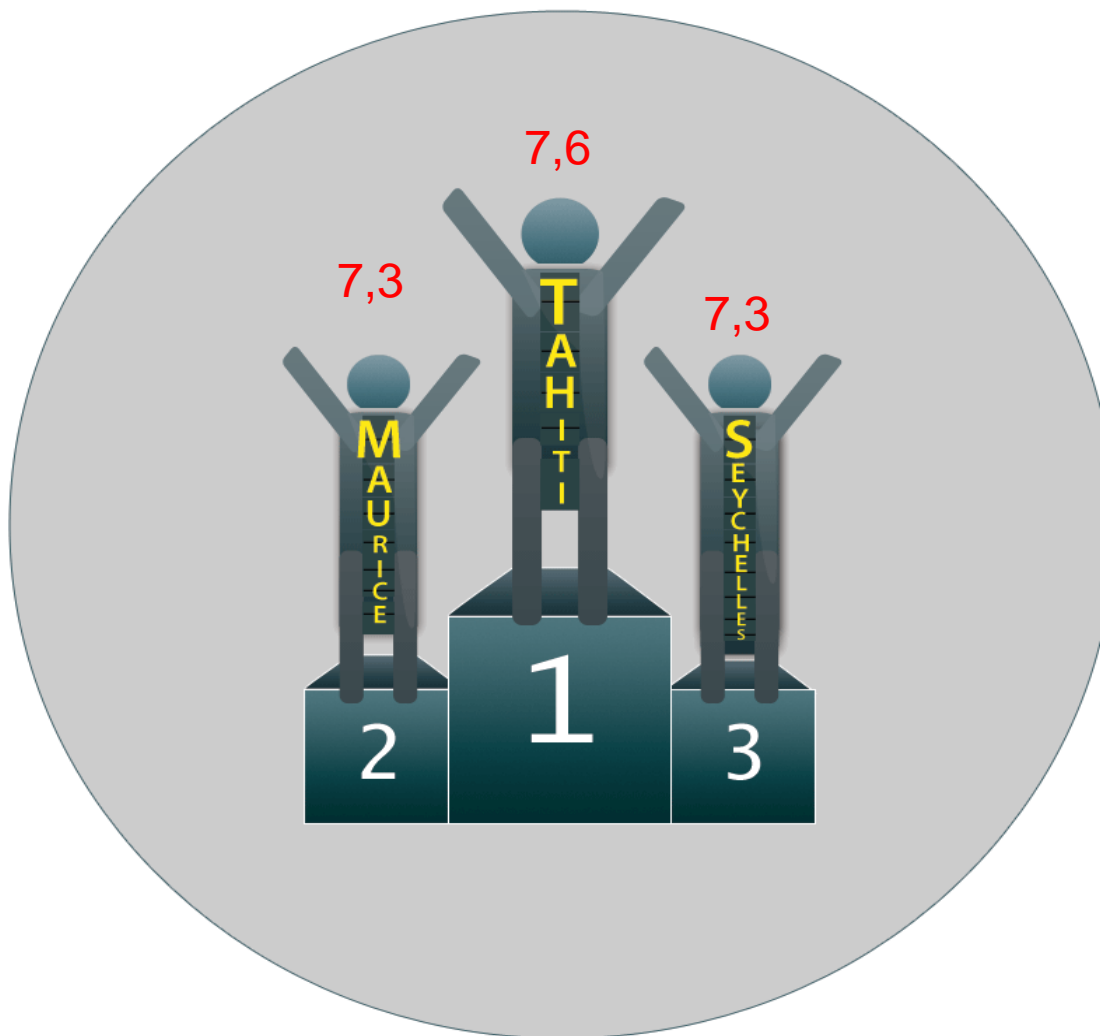
1. Tahiti	7,6
Finlande	7,3
Ile Maurice	7,3
Irlande	7,3
Seychelles	7,3

**Le classement selon les 2,6 millions
d'abonnés à la Newsletter
EasyVoyage**





Top 3 des sites d'Offices de Tourisme*



*Classement selon le vote établi par les 2,6 Millions d'internautes inscrits à la newsletter d'Easyvoyage

Merci de votre attention

