

- **Côté utilisateurs**, les principaux avantages valorisés s’articulent autour **de la facilité d’utilisation** de ces plates-formes (81% des Français et 89% chez les hôteliers) et **la possibilité offerte de mieux s’informer sur les différentes possibilités d’hébergement et de réaliser un choix optimal** (79% et 76%).
- **Côté hôteliers, Français et professionnels relèvent également de nombreuses opportunités liées à l’existence de ces sites.** 83% des Français et 91% des hôteliers eux-mêmes pensent que ces plates-formes permettent d’accroître la visibilité des établissements hôteliers notamment auprès de la clientèle étrangère.
- Au-delà de ces aspects, **hôteliers et consommateurs se montrent plus divisés** s’agissant notamment d’apprécier **les dimensions économiques de ce système.** 69% des Français partagent l’idée que ces sites sont indispensables pour soutenir économiquement leur secteur en France contre 56% des hôteliers.
- Ces centrales de réservation en ligne bénéficient **d’une large visibilité** (87% des Français déclarent connaître au moins une agence de réservation d’hébergements en ligne). Voyages-sncf.com recueille le taux de notoriété le plus élevé auprès des Français, 71% déclarant le connaître, suivi de Trivago (60%), Expedia.fr (55%), Hotels.com (50%), et Tripadvisor.fr (48%). Booking.com arrive derrière, avec 44%.
- D’une manière générale, ces sites disposent **d’une bonne image auprès des Français**, sensiblement **plus mitigée auprès des professionnels interrogés** (avec des notes moyennes respectives de 5.6 et 5.4). Ces notes sont majorées auprès des utilisateurs et des hôteliers inscrits sur ces sites (respectivement 5.9 et 5.7), et variables selon les sites testés. Booking.com , le site dont la notoriété est la moins forte, bénéficie de la note d’image la plus haute, auprès des consommateurs et également des hôteliers.

- Quand ils veulent réserver un hébergement, les Français se tournent en premier lieu vers le site de l'hôtel où ils veulent réserver (51%), mais sont également nombreux à déclarer utiliser les plates-formes de réservation d'hébergements (41%), qui ressortent alors, devant les demandes directes par téléphone auprès de l'hôtel choisi (39%), **comme le deuxième moyen utilisé pour les réservations** (avec une préférence pour Booking.com qui apparaît comme le site le plus utilisé selon les déclarations des Français pour effectuer des réservations d'hébergement en ligne).
- **Le gain de temps occasionné et les considérations financières s'imposent comme les principales motivations des utilisateurs de ces sites.**
- Les hôteliers sont nombreux à reconnaître que ces modes de réservation apparaissent aujourd'hui **essentiels pour optimiser le rayonnement et le taux de remplissage des établissements auprès des clientèles françaises et étrangères** (soit la première motivation de ceux qui choisissent de s'inscrire sur ces plates-formes) et indiquent donc **recourir massivement à ces agences de réservation d'hébergements en ligne** (81% des hôteliers déclarent être inscrits sur au moins un site de ce type).
- **Globalement, les utilisateurs et hôteliers inscrits sont satisfaits de ces sites.** Les taux de satisfaction s'établissent à des niveaux élevés : 82% des utilisateurs et 71% des professionnels se disent satisfaits de leur expérience avec ces sites de réservation en ligne. Ce niveau de satisfaction globalement élevé masque toutefois **chez les professionnels des disparités non négligeables** selon l'aspect testé avec **une crispation notable autour des dimensions économiques** (coût occasionné par le recours à ces sites notamment).

Dans le détail :

Ces sites sont perçus comme présentant de réelles opportunités à la fois pour les consommateurs et les professionnels de l'hôtellerie.

Consommateurs et hôteliers s'accordent à penser que ces sites constituent de réelles opportunités à la fois pour les clients potentiels et pour les professionnels eux-mêmes (55% au sein du grand public, 42% auprès des hôteliers). Le sentiment d'un déséquilibre en faveur de l'une ou l'autre des parties ne s'impose pas, pas plus que l'idée selon laquelle ces sites ne seraient utiles ou avantageux pour personne.

Permettant de mettre en relation l'offre et la demande, ces sites sont perçus comme occupant un rôle central dans l'industrie du tourisme aujourd'hui en France (71% des Français et 88% des hôteliers partagent cette opinion). Côté utilisateurs, les principaux avantages valorisés s'articulent autour de l'aspect pratique de ces plates-formes (81% des Français et 89% chez les hôteliers) et la possibilité offerte de mieux s'informer sur les différentes possibilités d'hébergement et de réaliser un choix optimal (79% et 76%). Autre point de consensus avec toutefois un degré de conviction plus fort chez les hôteliers, la capacité de ces sites à attirer de nombreux utilisateurs se trouve également mise en avant (79% des Français, 95% des hôteliers pensent que ces sites sont utilisés par beaucoup de monde).

A l'inverse, ces derniers se montrent plus positifs que les **professionnels concernant les opportunités financières liées à l'utilisation de ces modes de réservation pour les consommateurs** : 69% estiment que ces sites offrent des tarifs compétitifs (argument également mis en avant par les utilisateurs pour motiver leur choix de recourir à ce type de site) et 66% qu'ils permettent de réaliser des économies significatives grâce à des offres promotionnelles exclusives quand seuls 51% et 45% des hôteliers partagent ce point de vue.

Côté hôteliers, Français et professionnels relèvent également de nombreuses opportunités liées à l'existence de ces sites. 83% des Français et 91% des hôteliers eux-mêmes pensent que ces plates-formes permettent d'accroître la visibilité des établissements hôteliers notamment auprès de la clientèle étrangère. Ils sont également une majorité à estimer que ces sites ont permis au secteur de l'hôtellerie de s'adapter aux nouveaux modes de consommation (82% et 79%), qu'ils contribuent à augmenter les réservations, le taux de remplissage et le chiffre d'affaire des établissements (81% et 77%) et dans une moindre mesure qu'ils offrent la possibilité de mettre en valeur certains endroits de France peu connus du public (69% et 59%).

Au-delà de ces aspects, **hôteliers et consommateurs se montrent plus divisés s'agissant notamment d'apprécier les dimensions économiques de ce système.** 69% des Français partagent l'idée que ces sites sont indispensables pour soutenir économiquement leur secteur en France contre 56% des hôteliers. En outre, ces derniers indiquent majoritairement (78%) que le recours à ces sites est coûteux et contraignant et 64% avancent parallèlement qu'ils exercent sur eux des pressions commerciales jugées injustifiées, des perceptions qui apparaissent minoritaires au sein du grand public.

Si ces sites permettent certes d'optimiser le taux de remplissage des hôtels, il n'en reste pas moins que leur présence peut également induire la perte d'une certaine maîtrise de leur tarif pour les hôteliers (30% des Français partagent cet avis, 41% des hôteliers) **et de la relation client** (30% et 47%) – soit la principale raison avancée par les professionnels non inscrits sur de tels sites.

Notons que l'appréhension de ces conséquences diffère d'un public à l'autre, plus relative par les Français, un quart d'entre eux estimant que ces sites ont eu des incidences positives dans tous les domaines et près de 4 sur dix que cela n'a rien changé, quand les hôteliers, sans nier des améliorations certaines, sont toutefois plus nombreux à penser que la situation n'a pas évolué, voire s'est dégradée.

Les sites de réservation d'hébergements disposent dans l'ensemble d'une bonne image

Au final, ces centrales de réservation en ligne bénéficient d'une bonne image auprès des Français, sensiblement plus mitigée auprès des professionnels interrogés (avec des notes moyennes respectives de 5.6 et 5.4). Ces notes sont majorées auprès des utilisateurs et des hôteliers inscrits sur ces sites (respectivement 5.9 et 5.7).

Parmi les différents acteurs de ce marché en ligne, **la note la plus élevée est attribuée à Booking.com** par les consommateurs (6.4) et les hôteliers (5.4) - jusqu'à 6.5 auprès des Français qui utilisent le site, et 6.0 chez les Hôteliers inscrits-. Au-delà de cette spécificité, c'est également le seul site qui recueille des perceptions sensiblement équivalentes au sein du grand public et des hôteliers, **les autres sites étant globalement mal notés par ces derniers** (aucune note ne dépassant 4.3, y compris auprès des professionnels inscrits).

Dans le détail, les principaux atouts mis en avant par rapport aux autres modes de réservation tiennent à **la possibilité pour les consommateurs d'accéder à une offre large et à l'aspect pratique de ces sites**. Ces derniers valorisent également les prix attractifs proposés alors que les hôteliers se montrent plus septiques sur cet aspect. Ils apparaissent par ailleurs aussi fiables et dignes de confiance que les autres modes de réservation, mais suscitent toutefois quelques réserves quant à la transparence de leur mode de fonctionnement (32% des Français pensent qu'ils sont moins transparents que les autres modes de réservation et 53% des hôteliers).

Bénéficiant d'une large visibilité en France, ces acteurs en ligne séduisent de nombreux utilisateurs

Près de neuf Français sur dix déclarent connaître au moins une agence de réservation d'hébergements en ligne. Voyages-sncf.com recueille le taux de notoriété le plus élevé auprès des Français, 71% déclarant le connaître, Voyages-sncf.com recueille le taux de notoriété le plus élevé auprès des Français, 71% déclarant le connaître, suivi de Trivago (60%), Expedia.fr (55%), Hotels.com (50%), et Tripadvisor.fr (48%). Booking.com arrive derrière, avec 44%. Seuls 13% ne connaissent aucun acteur dans ce domaine.

Une proportion quasi équivalente (83%) déclare d'ailleurs recourir à des moyens online (que ce soit un site touristique, un site d'hôtel ou un site de réservation d'hébergements) pour avoir des renseignements sur un hébergement/ un hôtel pour un séjour, un weekend ou des vacances (contre 39% des moyens offline) et **74% pour effectuer une réservation**, réflexe particulièrement élevé chez les CSP+, les habitants de la région parisienne et plus généralement auprès des Français partant souvent en voyage / vacances.

Dans ce domaine, **les Français se tournent en premier lieu vers le site de l'hôtel où ils veulent réserver (51%)**, mais sont également nombreux à déclarer **utiliser les plates-formes de réservation d'hébergements (41%)** qui ressortent, devant les demandes directes par téléphone auprès de l'hôtel choisi (39%), **comme le deuxième**

moyen utilisé pour les réservations, (avec une préférence pour Booking.com qui apparaît comme le site le plus utilisé selon les déclarations des Français pour effectuer des réservations d'hébergement en ligne).

S'agissant plus spécifiquement des sites de réservation d'hébergements en ligne, **les usages se hiérarchisent de la même manière, les plus répandus concernant la recherche d'informations sur des hôtels ou autres types d'établissements (63%) devant les démarches de réservation (54%)**. Dans une moindre mesure, 45% des Français s'en inspirent pour trouver une destination.

Le gain de temps et les avantages financiers constituent les principales motivations des utilisateurs et participent de la satisfaction exprimée à l'égard de ces sites

Le gain de temps occasionné en recourant à de tels sites émerge comme la principale motivation mise en avant par les utilisateurs (83% dont 32% tout à fait estiment que cela leur permet de gagner du temps). Enfin, si ces sites sont également appréciés parce qu'ils valorisent des endroits, des lieux ou établissements moins connus permettant d'opter pour des destinations plus originales, **les considérations financières s'imposent davantage dans les motivations des utilisateurs**. 57% ont le sentiment de pouvoir accéder à des endroits que leur budget ne semblait par autoriser, et 56% de dépenser moins que s'ils étaient passés directement par l'hôtel pour réserver.

Globalement, une large majorité d'utilisateurs se dit satisfaite de ces sites (82% des consommateurs utilisateurs) contre 16% qui partagent une opinion contraire. La facilité de réservation et la rapidité de traitement de la demande sont particulièrement appréciées (87% d'utilisateurs satisfaits sur ces deux points). La satisfaction atteint également un niveau élevé s'agissant des transactions bancaires pour le paiement de la réservation (85%), dont plus d'un quart de « très satisfait ». Dans une moindre mesure, l'offre disponible, la qualité des services et renseignements fournis, les commentaires proposés et le prix payé recueillent également des jugements positifs majoritaires.

Des acteurs auxquels recourent également massivement les hôteliers français

Interrogés sur les moyens utilisés pour assurer la visibilité et la promotion de leur établissement, les professionnels du secteur de l'hôtellerie déclarent utiliser des vecteurs multiples, online principalement (96% dont 94% le site Internet de leur hôtel et 78% les sites de réservation d'hébergements en ligne) mais également offline (86%, principalement via des brochures et des guides touristiques). Si les réservations effectuées dans leur établissement restent principalement issues d'un contact direct avec le client (par mail, courrier, téléphone ou via le site Internet de l'hôtel), **ils estiment qu'environ un quart d'entre elles en moyenne est acheminée par les sites de réservation d'hébergements en ligne.**

Nombreux à reconnaître que ces modes de réservation apparaissent aujourd'hui essentiels pour optimiser le rayonnement et le taux de remplissage des établissements auprès des clientèles françaises et étrangères (soit la première motivation de ceux qui choisissent de s'inscrire sur ces plates-formes), **les professionnels recourent massivement à ces agences de réservation d'hébergements en ligne** (81% des hôteliers déclarent être inscrits sur au moins un site de ce type), une habitude quasi systématique pour les grands hôtels, les hôtels franchisés et ceux ayant plus de 25% de clientèle étrangère. Seuls 16% déclarent ne s'être jamais inscrits sur un tel site.

Parmi les inscrits, **le taux de satisfaction s'établit à un niveau élevé : 71% se disent satisfaits de leur expérience avec ces sites de réservation en ligne**, contre 31% qui expriment une opinion contraire. Les jugements les plus positifs émanent notamment des dirigeants d'établissements situés en Ile-de-France (83%), travaillant avec plus de 50% de clientèle étrangère (77%), ou créés récemment (87%).

Ce niveau de satisfaction globalement élevé masque toutefois des disparités non négligeables, selon l'aspect auquel on s'intéresse. Ainsi, si un consensus majoritaire et positif existe s'agissant de la gestion des réservations effectuées par ces sites d'une part (79%) et du chiffre d'affaires apporté via ces canaux, les hôteliers se montrent plus critiques s'agissant de l'authenticité des commentaires proposés par ces plates-formes (50% seulement de satisfaits) mais surtout du niveau de commission exigé par ces dernières (13% contre 86% qui ne sont pas satisfaits).

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe – 39 rue Crozatier – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Politique & Opinion 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr