



Vacances digitales :

*Usages et habitudes
connectées en
vacances !*

Méthodologie

**Vacances digitales : questionnaire on-line auto administré
réalisé du 25 novembre au 31 décembre 2012**

Nombre total de personnes ayant débuté le sondage : 8 280

Nombre total de sondages terminés : 7 124 (86.1%)

Recrutement des répondants :

Par e-mail sur panel NetBooster

Par formats publicitaires sur site web

**Les répondants sont incentivés par la possibilité de gain d'une
tablette tactile (Tirage au sort sous contrôle d'huissier).**

Mr Aventure



Mr Aventure

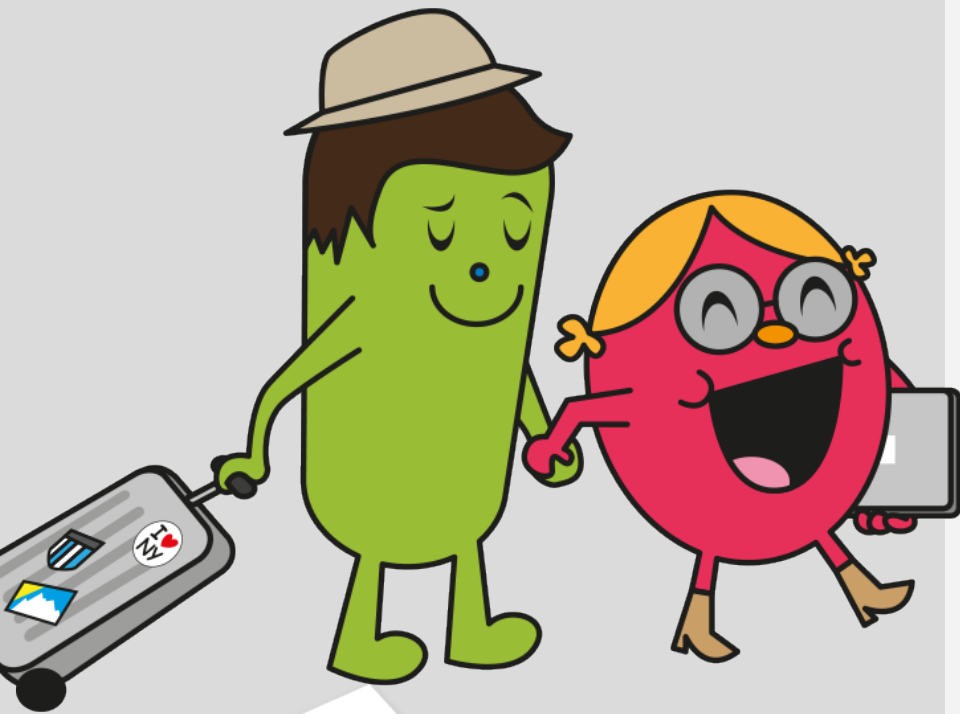
45 ans – 2 grands enfants qui lui donnent de la liberté. Habite Lyon. Prof' de Maths.

Amoureux de la nature. Contemplatif devant une brindille. Dévore tous les magazines de voyage. Nicolas Hulot est son héros. Ne part jamais sans son couteau Suisse, sa boussole... et son smartphone.

Ses rêves ?

Un trekking en Papouasie
Un raid des les steppes Russes
Descendre l'Amazone
Côtayer les grands singes au Congo.
S'initier au parapente en Auvergne

Mr & Mme Long Courrier



Leurs envies de vacances ?

Retrouver des amis d'école à Singapour
Découvrir la diversité du Brésil
Faire un safari en Tanzanie
Organiser un road trip aux Etats-Unis
Faire du cheval en Patagonie

Mr & Mme Long Courrier

32 et 33 ans – pacsés sans enfant.
Habitent Paris. Consultants.

Après de brillantes études, Diane et David profitent de confortables salaires. Leur temps libre est précieux, ils dépensent sans compter. Le voyage est à la fois une passion et un échappatoire à une vie professionnelle stressante. La destination doit être lointaine et dépaysante. Ils sont fiers de leur 20aine de tampons sur leurs passeports...

Echantillon 454 ind. 5,48%

Mme Socio Addict



Mme Socio Addict

27 ans – célibataire active. Pas de petit copain officiel. Habite Nantes. Travaille dans la com'.

Elle aime se sentir libre, vivante et indépendante. Elle s'assume au niveau financier, sentimental et vestimentaire. Elle ose tout dans la limite de la décence et n'a pas peur du regard des autres. Ses vacances doivent être dynamiques, festives, tendances... et connectées !

Ses envies de vacances ?

- Une escapade à New-York
- Un séjour en Corse avec son boyfriend
- Une virée au ski avec des potes
- Un week-end shopping à Londres
- Faire la fête à Istanbul
- Louer un gîte en Lozère

Echantillon 499 ind. 6,02%

Les français, rois des vacances

Jours de vacances accordés par pays

■ Nombreux

■ Modérés

■ Peu ou pas

Allemagne
France
Espagne
Danemark
Brésil

Italie
Grande-Bretagne
Norvège
Suède
Inde
Pays-Bas
Irlande
Argentine
Australia

États-Unis
Canada
Mexique
Singapour
Japon
Corée du Sud



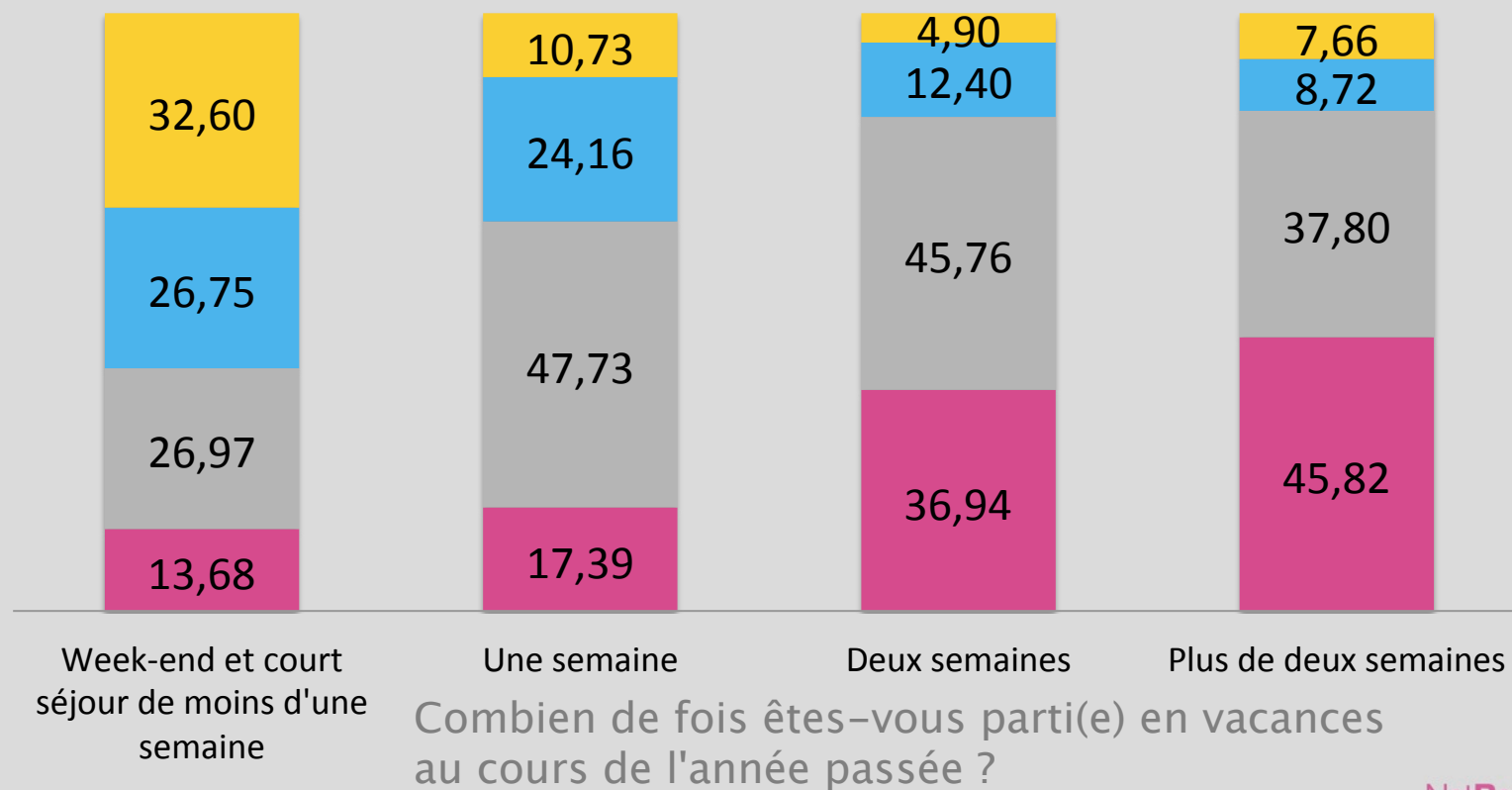
Avec en moyenne 25 à 30 jours de congés chaque année, les Européens jouissent du plus grand nombre de jours de vacances dans le monde et continuent à tous les prendre - environ 10% d'entre nous envisagent même de prendre plus de vacances cette année que l'an dernier.



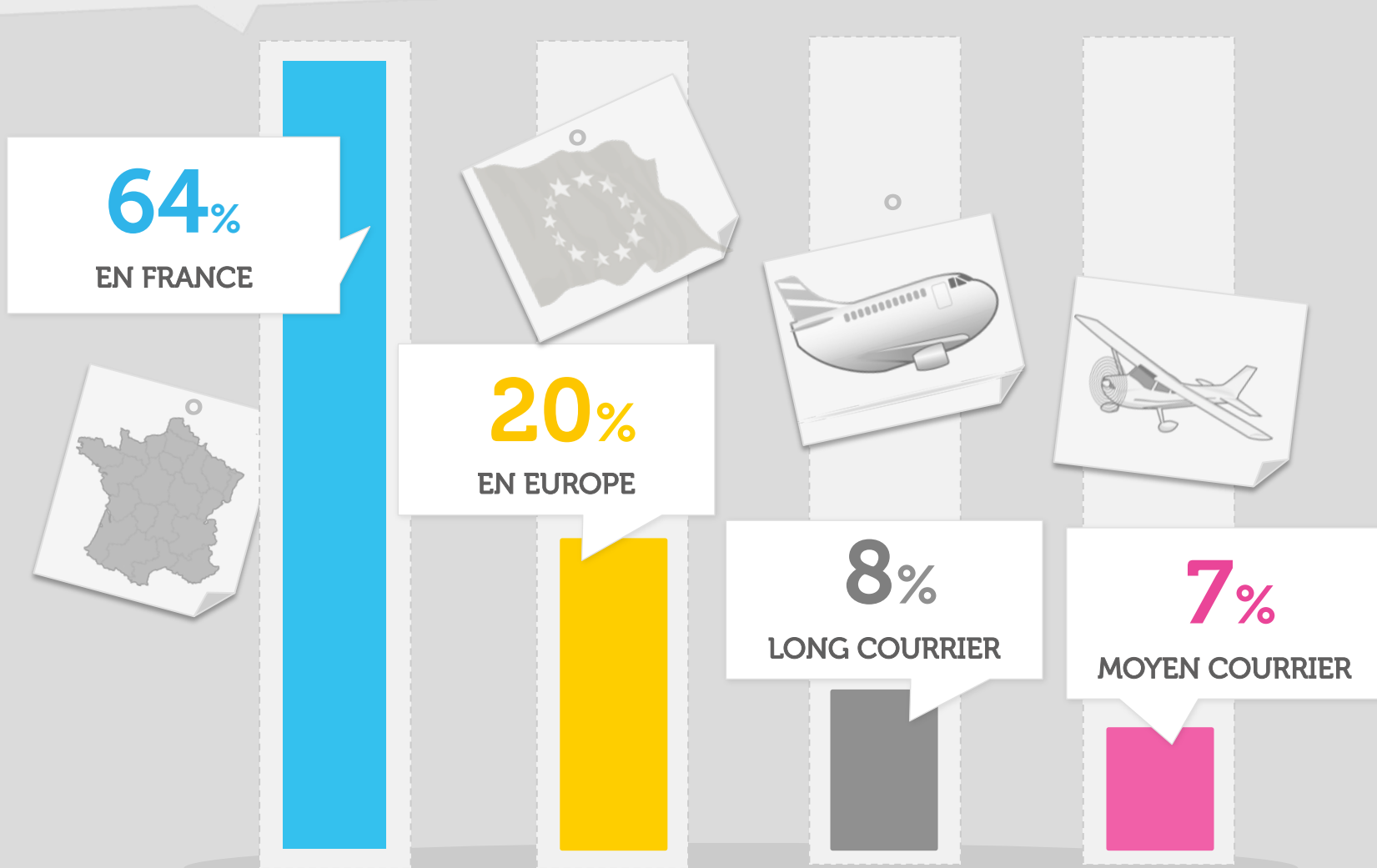
La préparation

Fréquence et durée des vacances

Jamais 1 fois 2 fois 3 fois et plus



Les destinations où partir en vacances ?



Les destinations des Français

74%

DES FRANÇAIS
VEULENT UNE
DESTINATION D'ÉTÉ
A MOINS DE

3h

DE LEUR DOMICILE



de **60%** des plus de 50
ans et

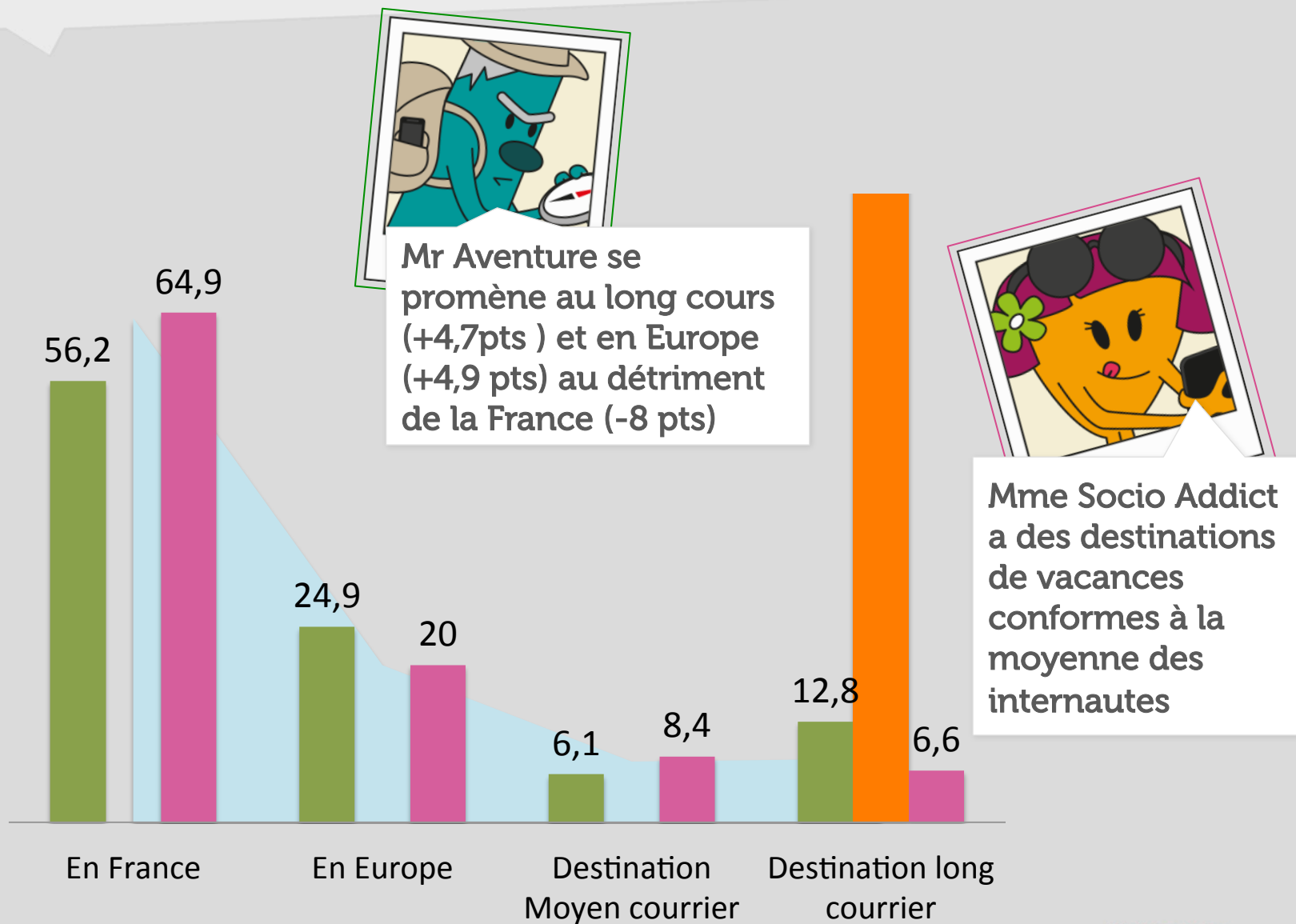
6 provinciaux

sur 10 interrogés
reconnaissent que la France
reste leur destination
priviligée

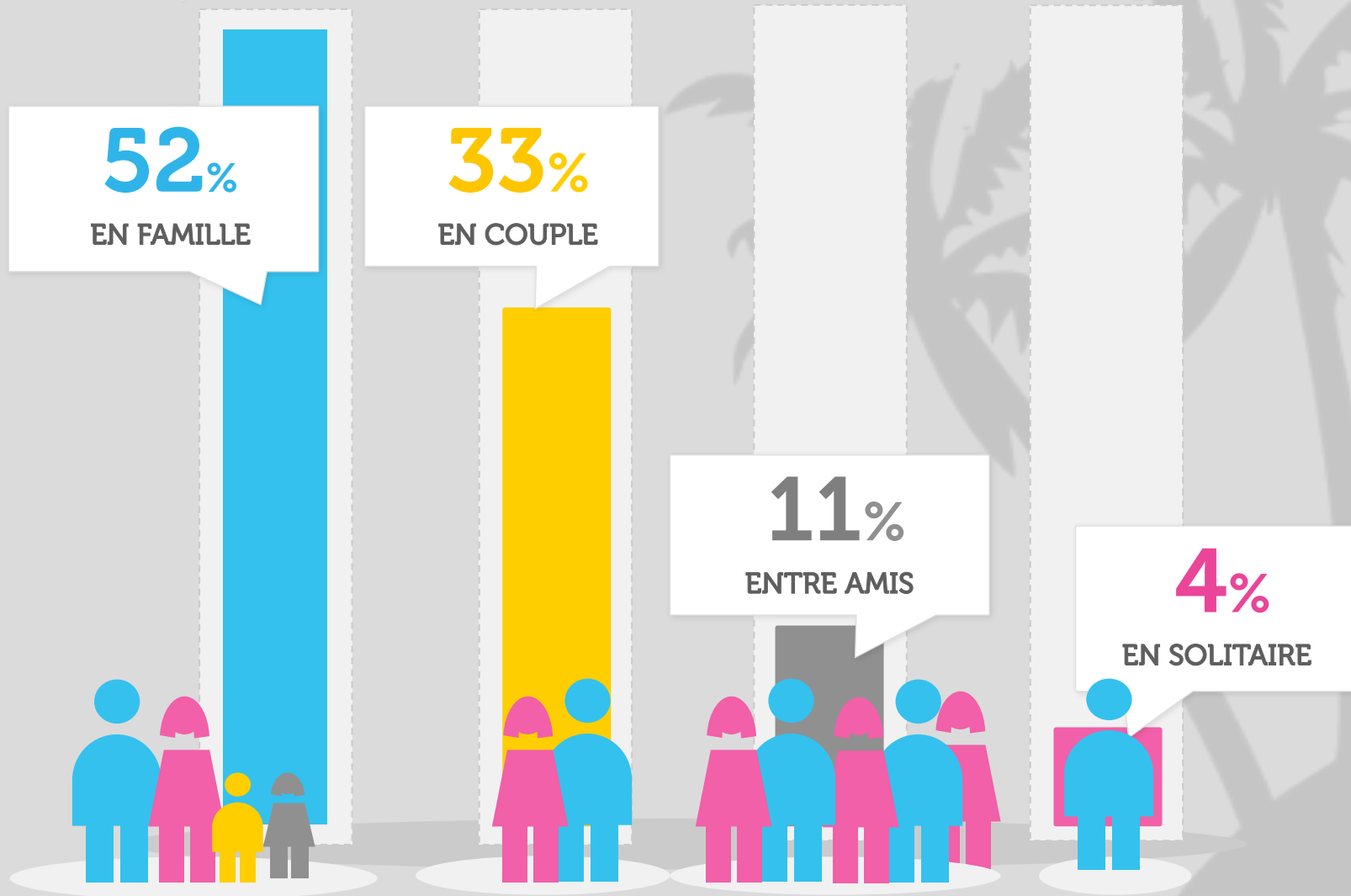
53%

des Français
sont attirés par la mer
(60% pour les femmes et à
65% pour les Parisiens).

Quelles destinations ?



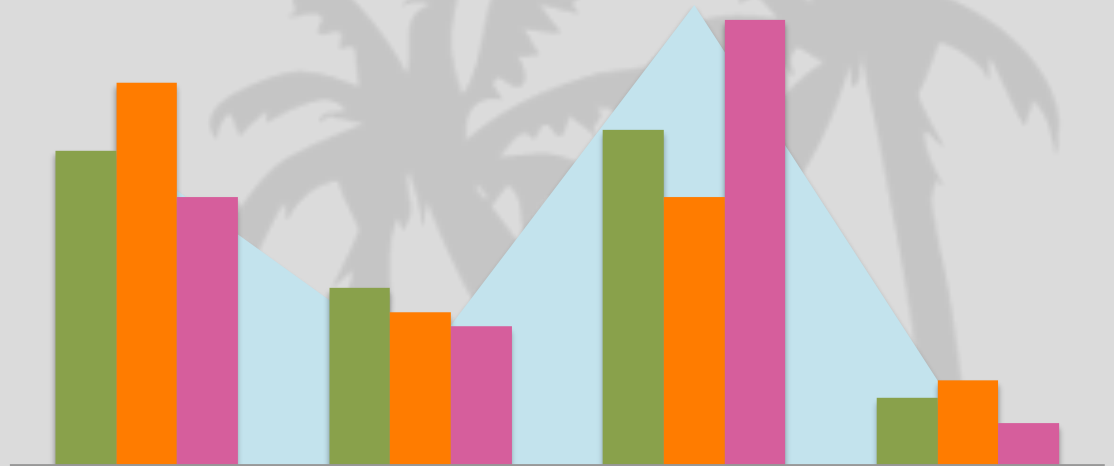
Partir en vacances... mais avec qui ?



Partir avec qui ?



Mr Adventure... en famille et entre amis.



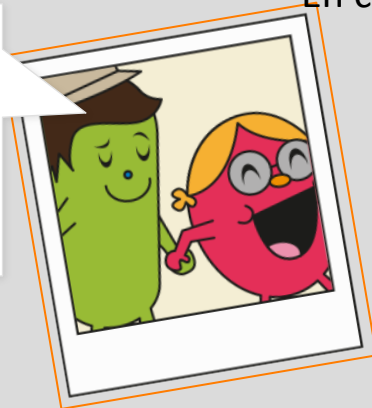
En couple

Entre amis

En famille

En solitaire

Mr & Mme Long Courrier, avant tout en couple, mais aussi parfois en solitaires.



Mme Socio Addict en famille.



Quelles sont les motivations pour partir en vacances ?

46%

DECOUVRIR
de nouveaux endroits

40%

SE REPOSER,
se laisser aller au
farniente

38%

SE RESSOURCER
auprès de ses
proches

36%

SE RETROUVER
dans un endroit
apprécié



Quelles sont les motivations pour partir en vacances ?

25%

PARTIR
à l'aventure

24%

DECOUVRIR
de nouvelles
cultures

16%

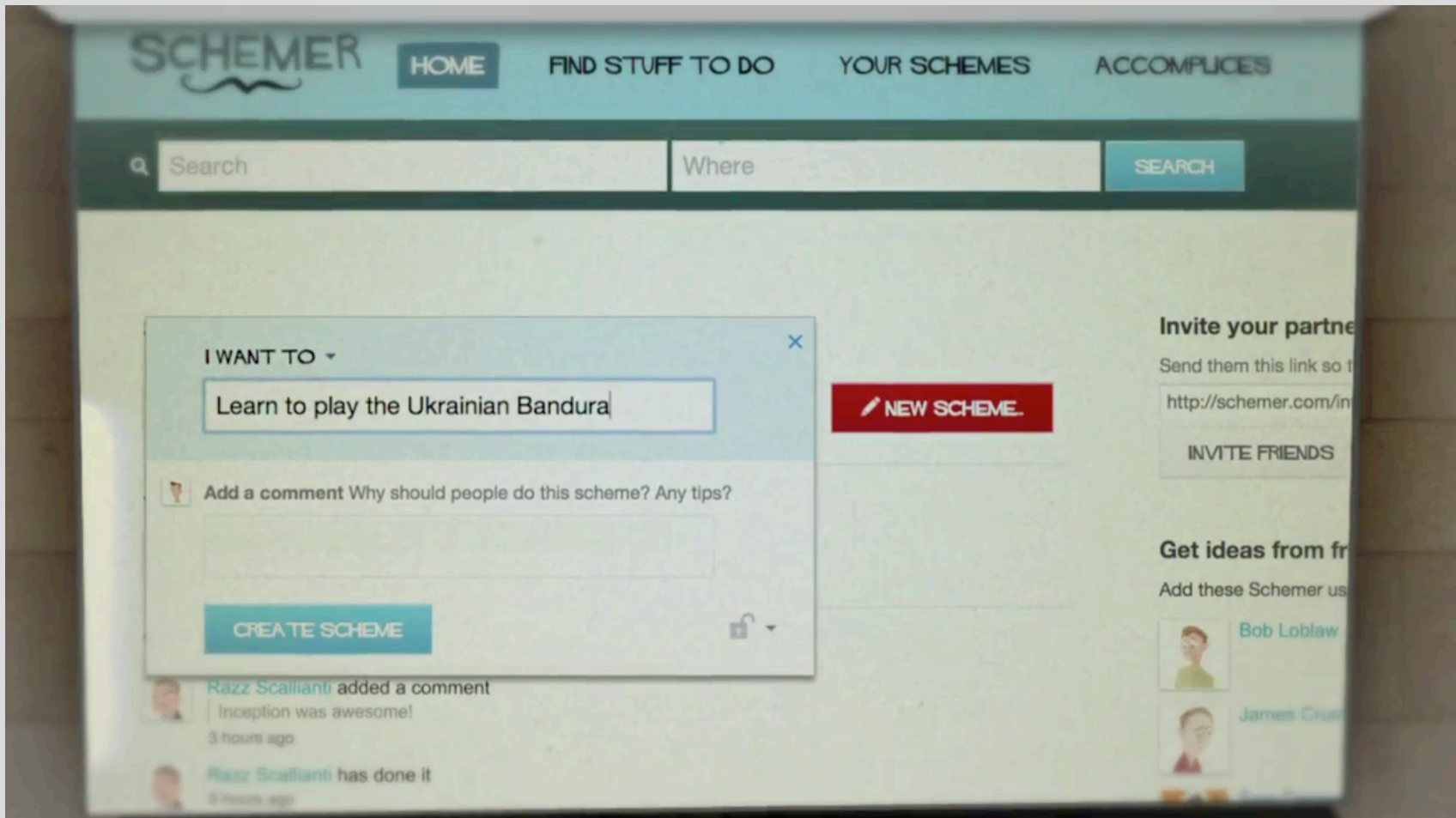
FAIRE DU SPORT

15%

SE CULTIVER



Inspiration vs Motivation ?



Internet et la préparation des vacances

88,2%
OUI

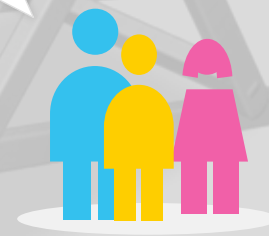
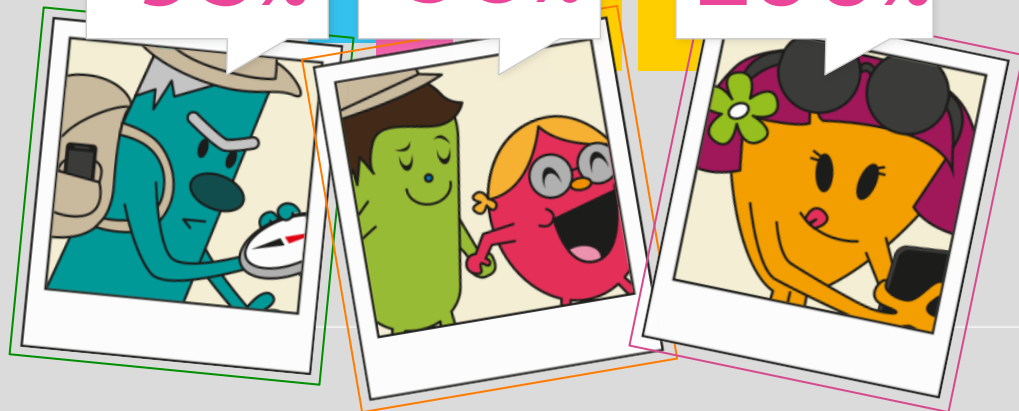
Utilisez-vous Internet pour
préparer vos vacances ou
pendant vos vacances ?

11,8%
NON

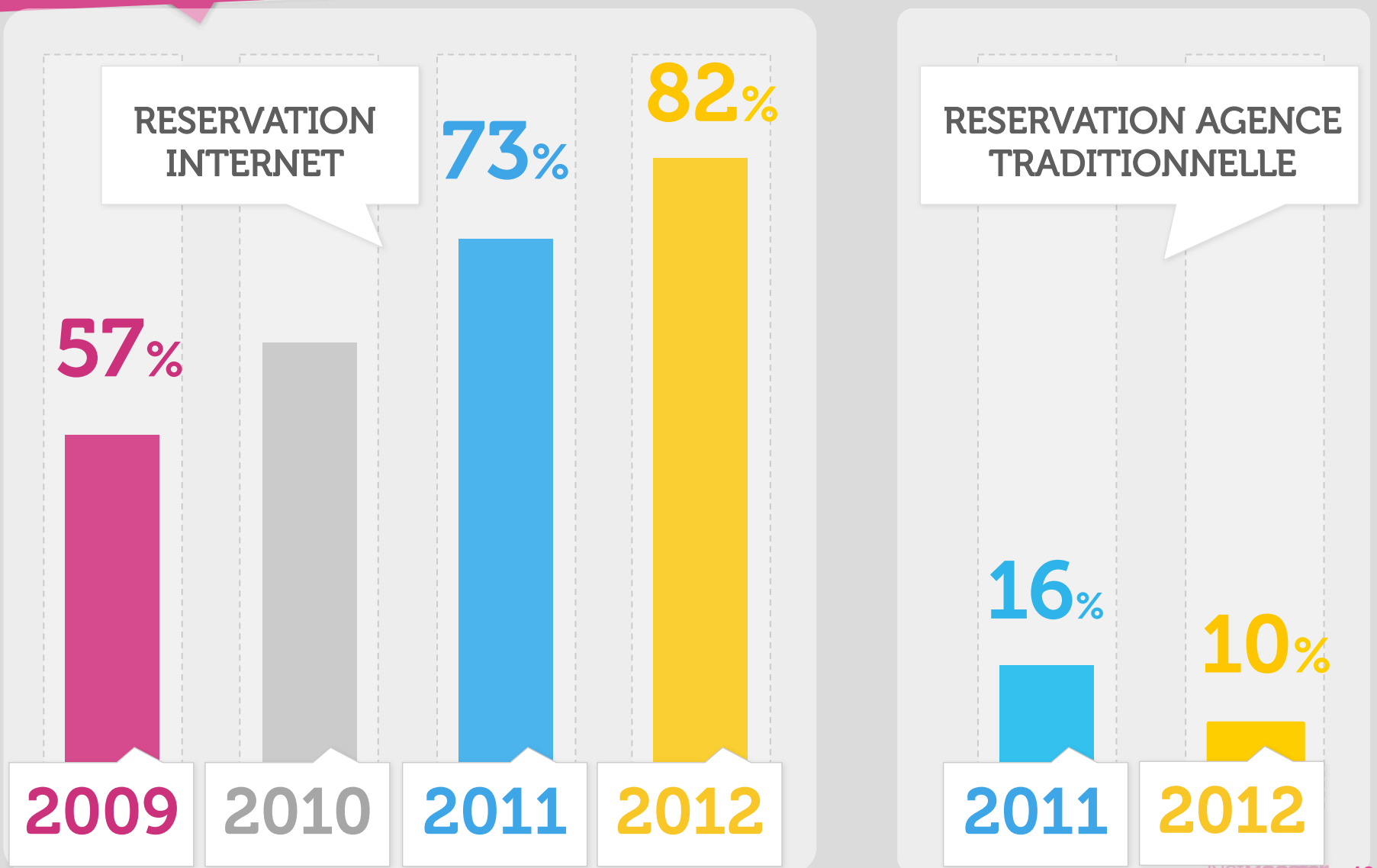
93%

95%

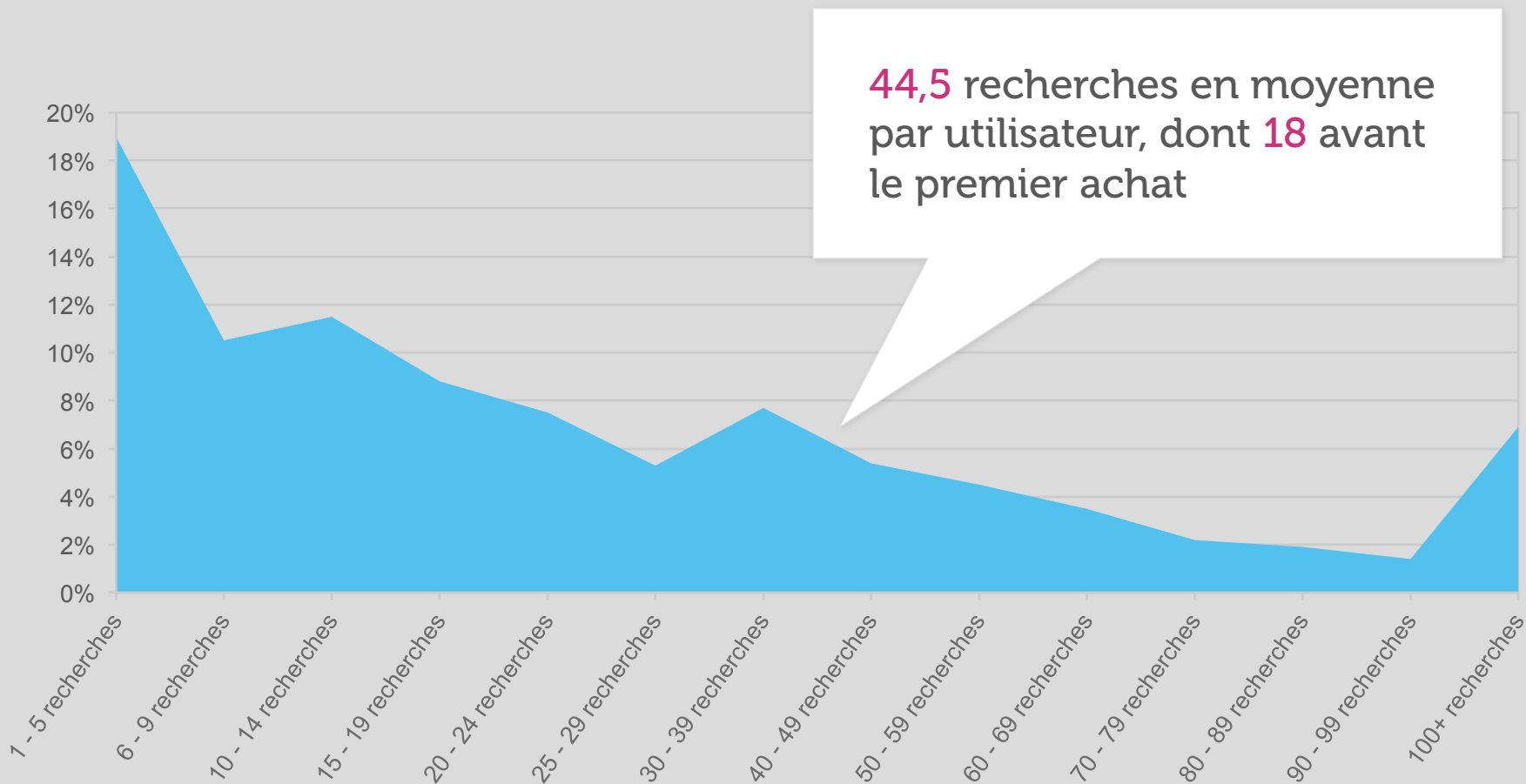
100%



La réservation sur internet



Chercher avant d'acheter



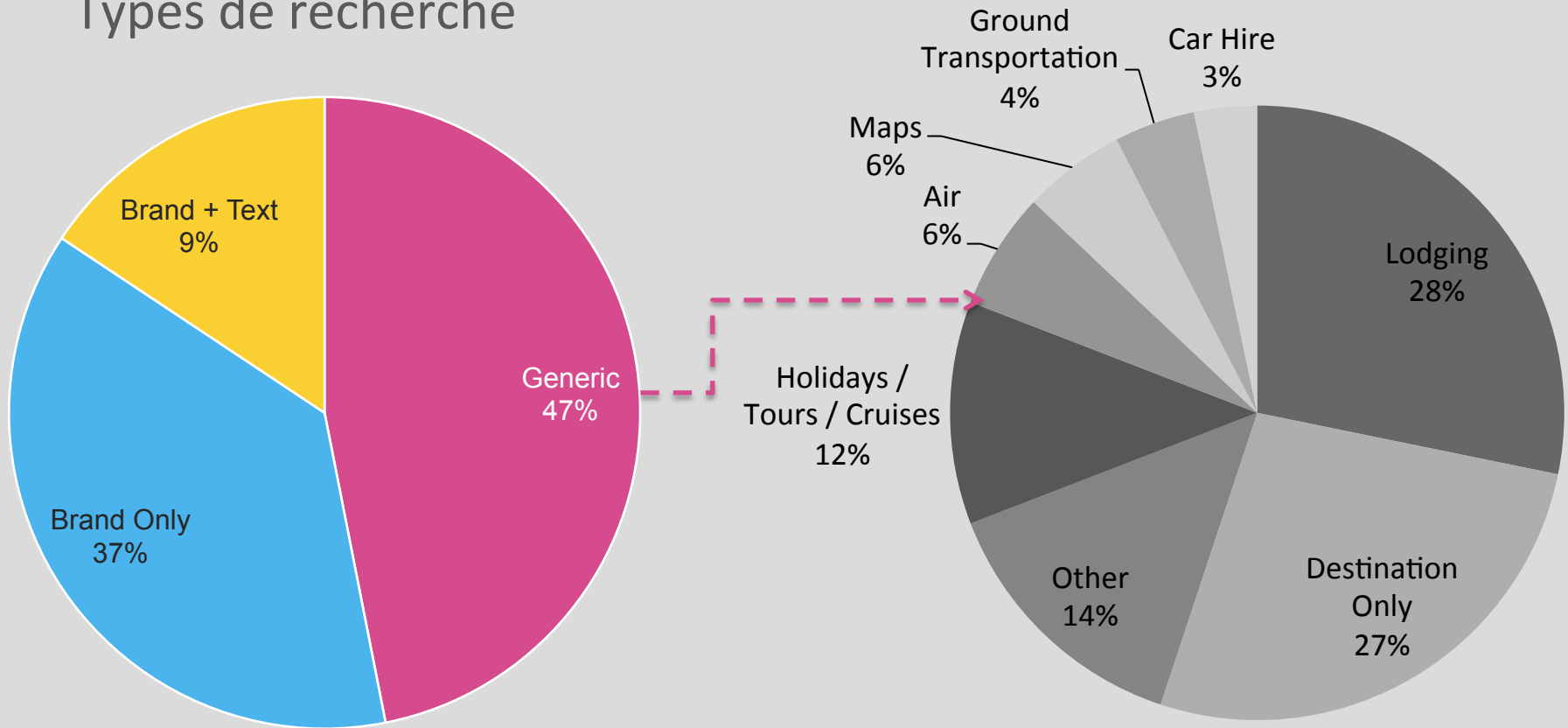
Source : Nielsen/Google Clickstream 2010

Base: Purchasers in the Travel market

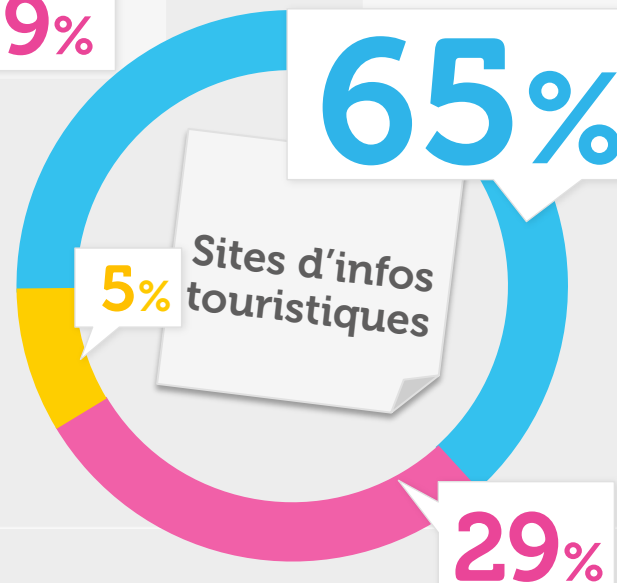
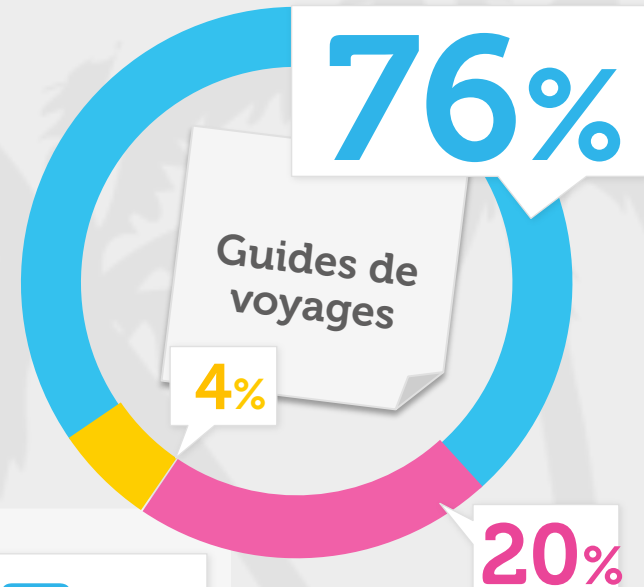
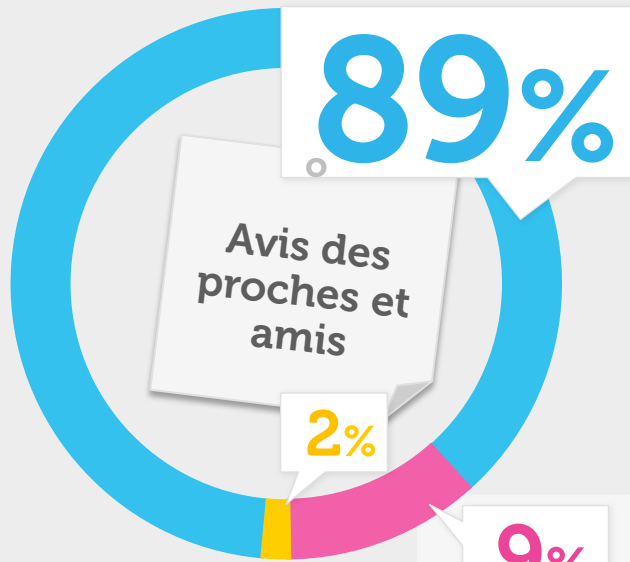
Note: Number of searches made




Chercher avant d'acheter

Types de recherche

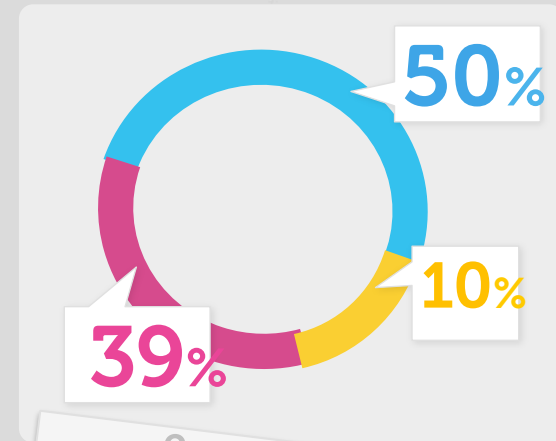


Vacances : les sources d'infos les plus fiables !

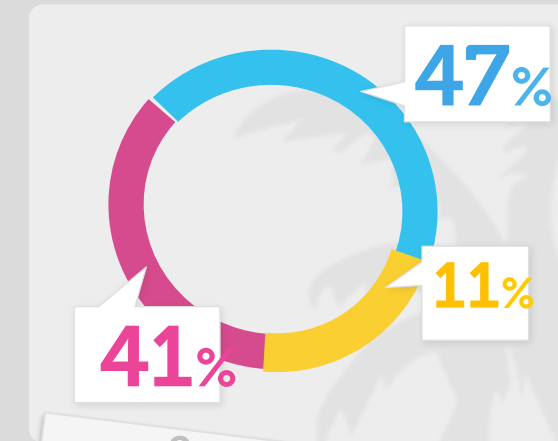


-  confiance
-  un peu confiance
-  pas confiance

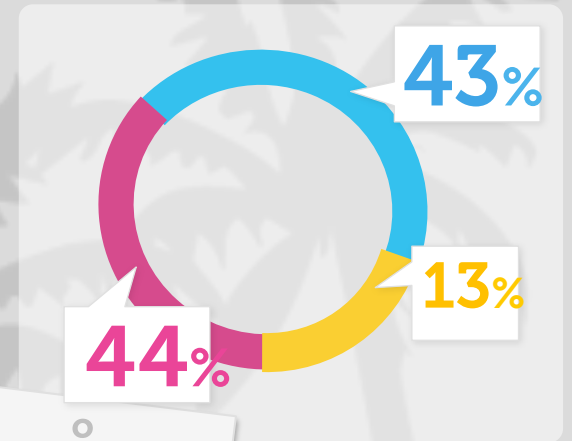
Vacances : les sources d'infos les plus fiables !



Conseiller
agence de
voyage

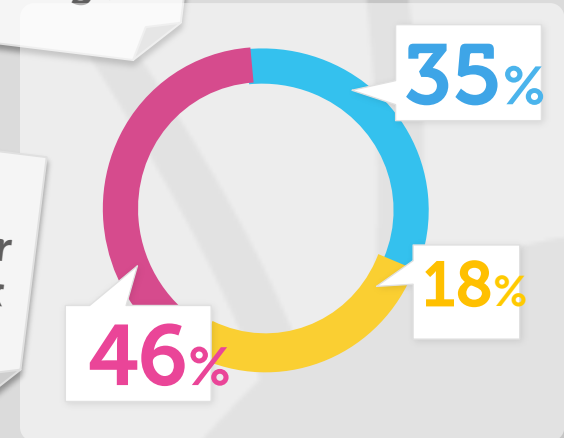


Avis sur les
forums



Catalogue
agence de
voyage

Avis lus sur
les réseaux
sociaux



- confiance
- un peu confiance
- pas confiance

Trip Advisor teste son moteur de recherche

Hotels (195) B&B and Inns (30) Speciality Lodging (57) Holiday Rentals (597)

All Hotels (195) Best Value (10) Luxury (122) Family (111) Romantic (85) Business (71)

Check availability

Check-in
14/2/2013

Check-out
15/2/2013

Adults
2

Search

Refine search

Price per night

- All (195)
- £0 - £26 (3)
- £26 - £65 (84)
- £65 - £91 (64)
- £91+ (44)

British Pounds

Property type

- Hotels (195)
- B&B and Inns (30)
- Speciality Lodging (57)
- Holiday Rentals (597)

Neighbourhood

Map showing 195 of 673 hotels shown << 1 2 ... 7 >> See all Reset map

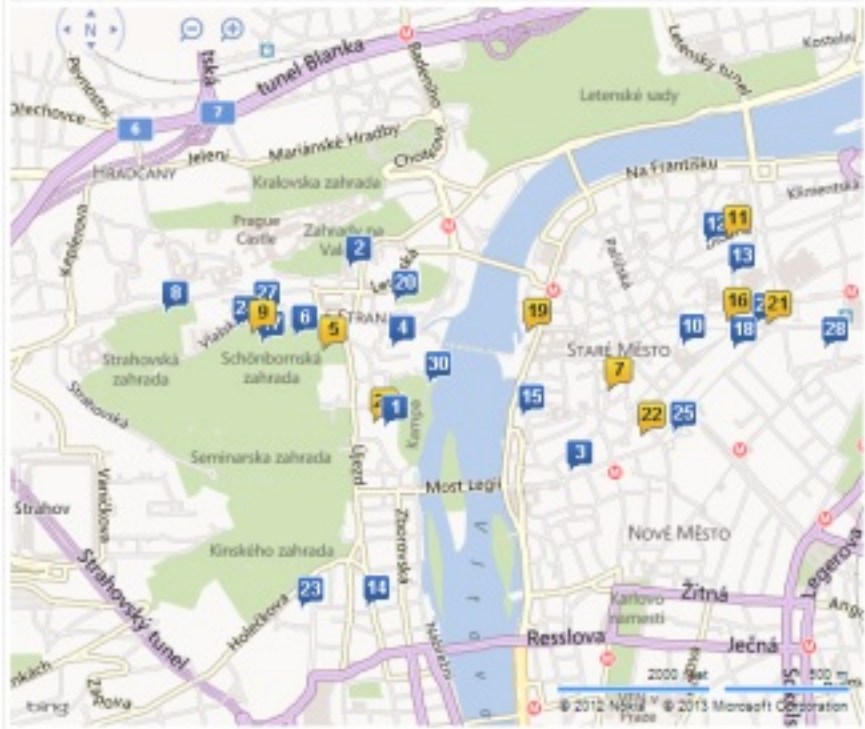
Sorted by Ranking

Search by address or point of interest

List view | Large map

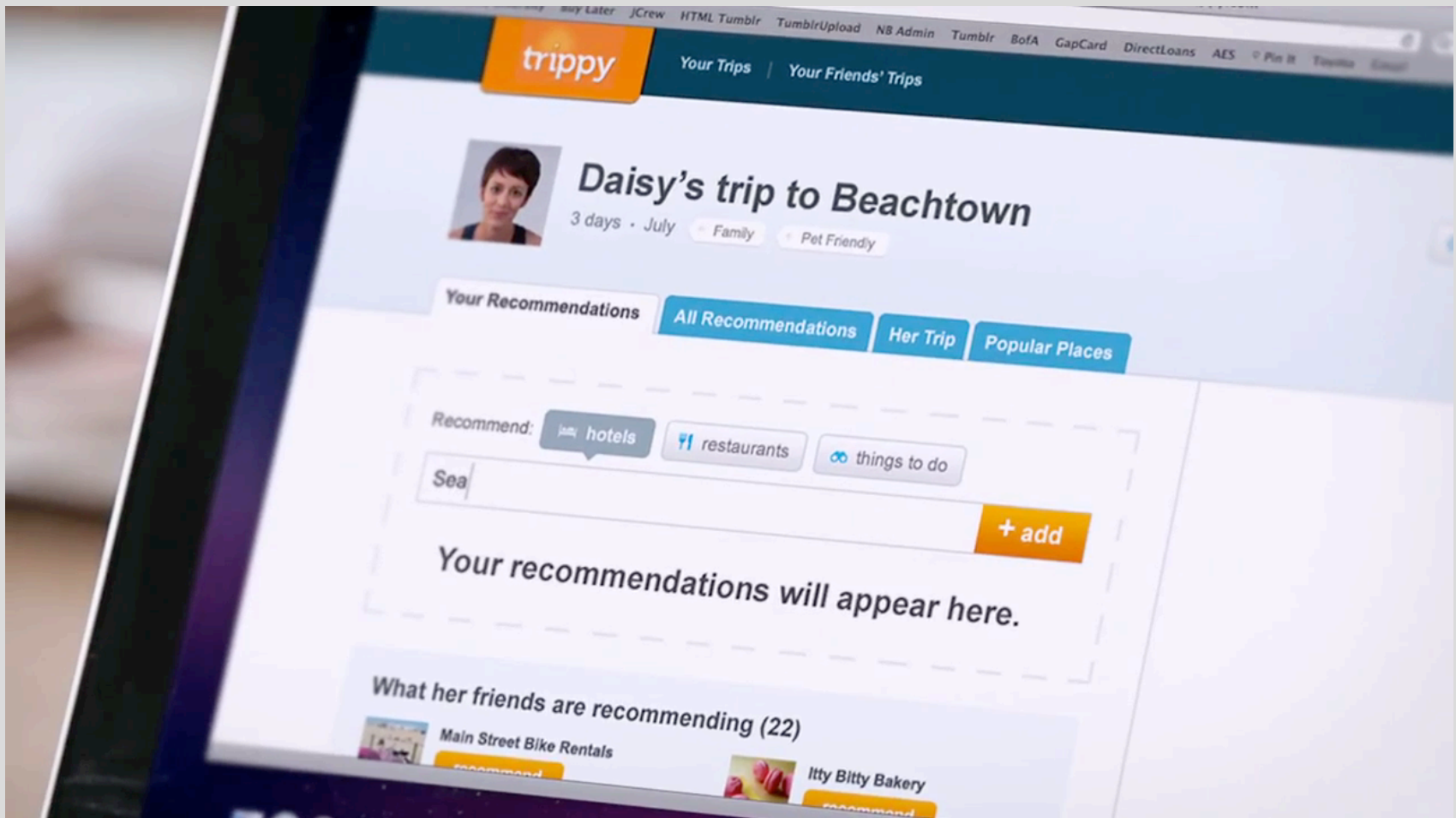
Show points of interest

- Restaurants 17
- Things to Do 25
- Airports 1
- Special Offers 1



The map displays the city of Prague, Czech Republic, with various districts labeled such as Hradčany, Staré Město, and Nové Město. Numerous hotel locations are marked with numbered pins (1 through 30) in blue and yellow. The map also shows major landmarks like Prague Castle and the Vltava River. A search bar and navigation controls are visible at the top of the map area.

Les avis des proches : l'exemple trippy



SnappyGo : Conseil aux enchères inversées !



[How It Works](#) [Help](#) [Pricing](#)

[Sign Up](#) [Login](#)



Travel advisors help you plan
your next vacation

Find Advisors

Where do you want to go?

Start



Select destination

Select your destination and give us the details of your trip



Travel Advisor Match

We find matching travel advisors based on your preferences.



Select Travel advisor

Chat with your advisor
[View sample](#)



Personalized Travel Itinerary

Receive a personalized travel itinerary for your selected destination
[View sample](#)

Filter your results



Romance



Adventure



Culture



Shopping



Night Life



Local immersion

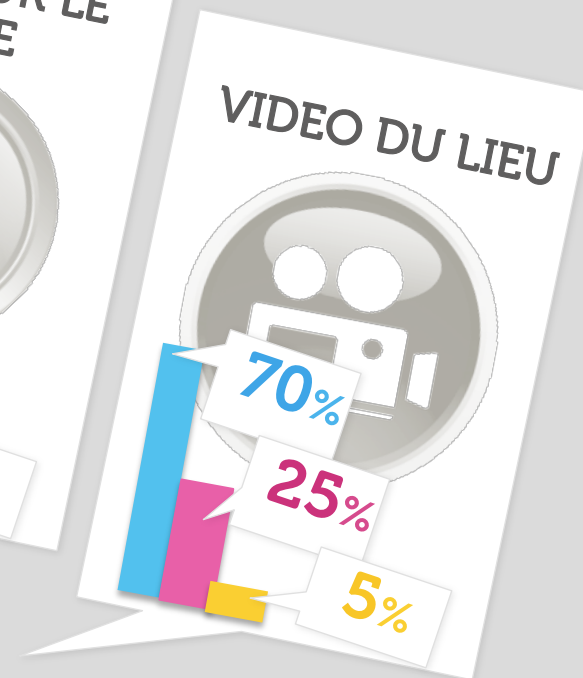
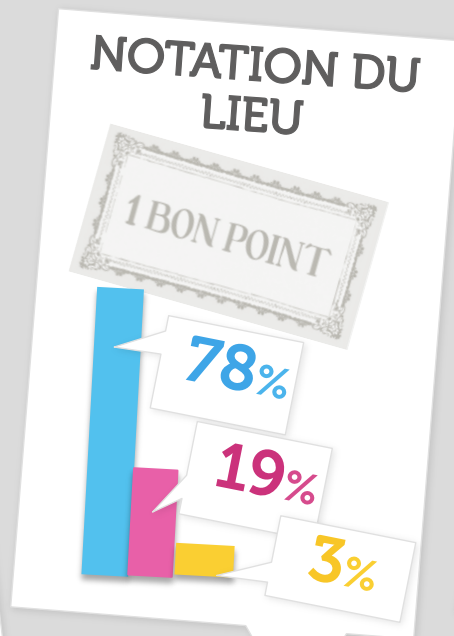
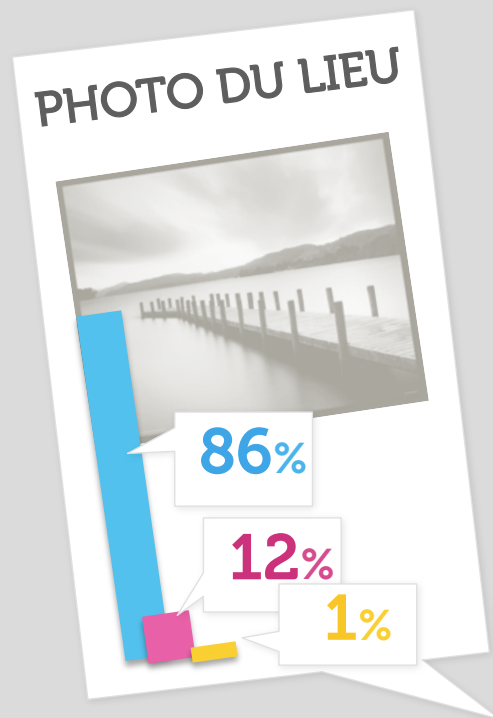


Family

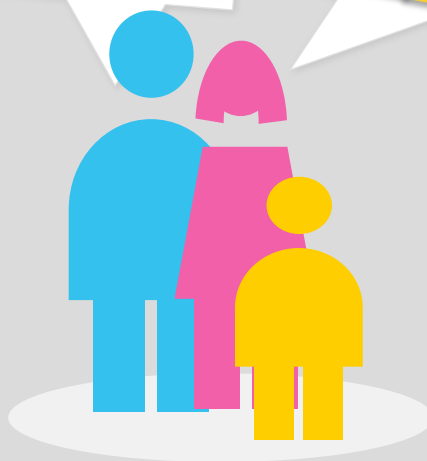


Eco-friendly

Quels contenus pour valoriser les destinations ?

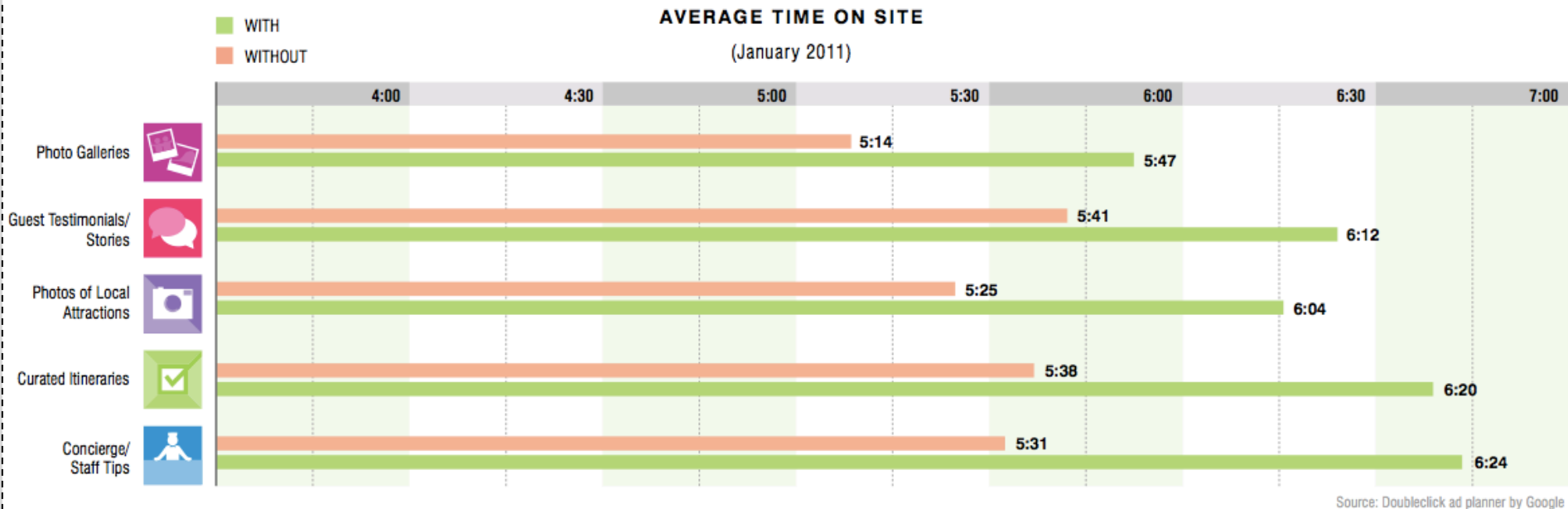


- important
- peu important
- pas important




L'importance du contenu


Impact du contenu sur le temps passé sur les sites de marque dans l'hôtellerie



Wikivoyage, prochaine source de confiance ?



Wikivoyage

Create account  Log in

Page [Discussion](#)

Read [View source](#) [View history](#)


Please join Wikimedia's newest project by [contributing to an article today!](#)

Welcome, Wikipedians | [Policies and guidelines](#) | [Tasks needing your help!](#) | [Migrate your account](#)

Welcome to Wikivoyage,
the free, worldwide travel guide that anyone can edit.
26,863 articles in English


- Africa
- Asia
- Europe
- Oceania
- North America
- South America
- Itineraries
- Phrasebooks
- Travel topics

Destination of the month




Walt Disney World is by far the most popular theme park resort in the world, a place of magic, wonder, and fantasy—but also of crowds, artifice, and expense. Disney World's Magic Kingdom has recently unveiled New Fantasyland, its largest expansion ever, so now is a great time to start planning your first (or twentieth) visit. [\(more...\)](#)

Off the beaten path



Staraya Russa is a small, historic town in the center of Novgorod Oblast, long famous domestically for its balneological mineral waters resort, but much more famous among international travelers as Dostoevsky's summer retreat, and the basis for the fictional town of Skotoprigonievsk in *The Brothers Karamazov*. [\(more...\)](#)

Featured travel topic



Yaowarat and Phahurat Tour is a one day and night guided walking tour through Yaowarat and Phahurat, the home of Bangkok's sizable Chinese and Indian communities. [\(more...\)](#)

Main Page
Destinations
Star articles
Random page

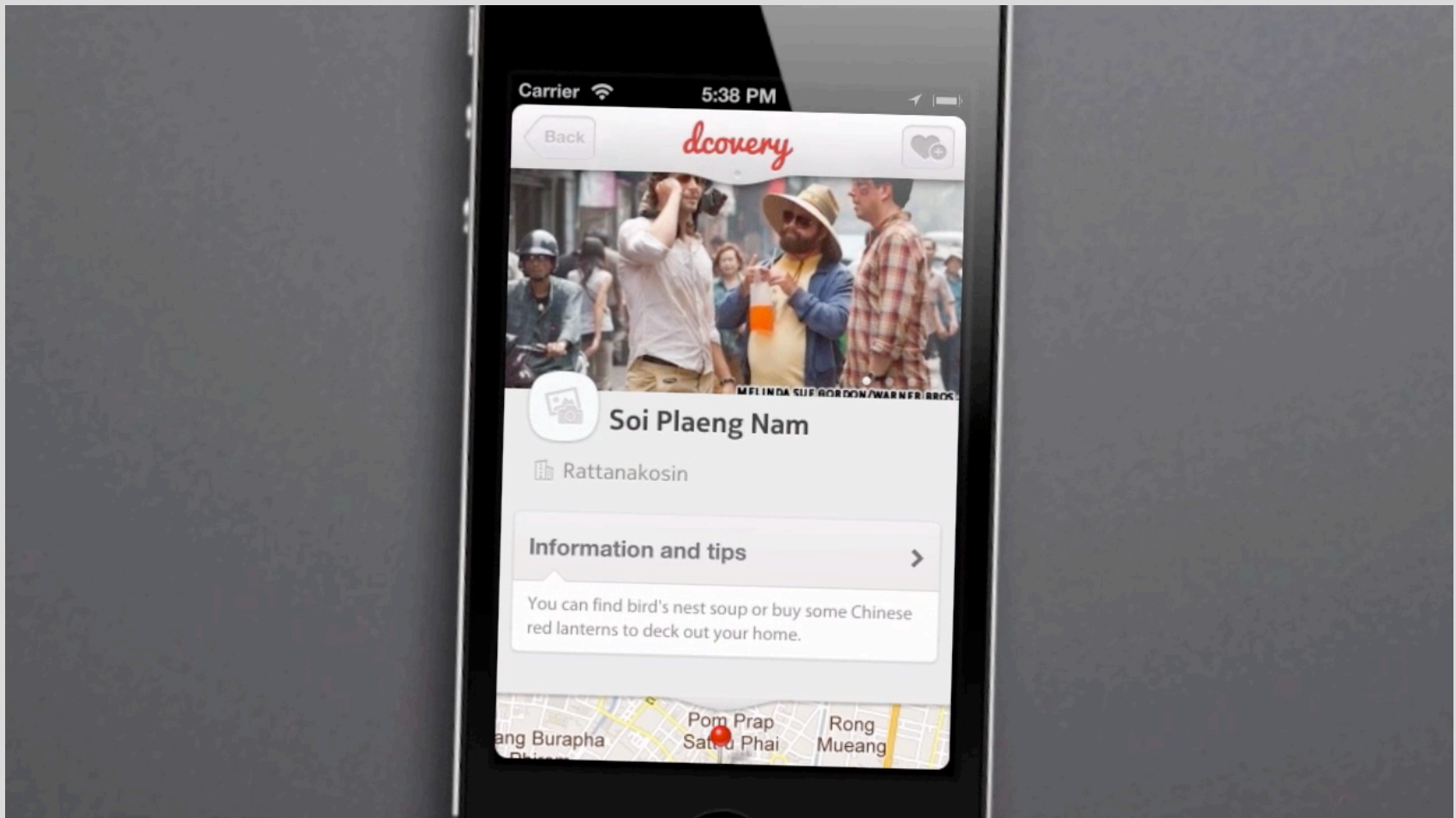
Get involved
Travellers' pub
Recent changes
Project Home
Policies
Help
Donate

Toolbox

Print/export

In other languages
Deutsch
Español
Français
Italiano
Nederlands
Português
Русский
Svenska

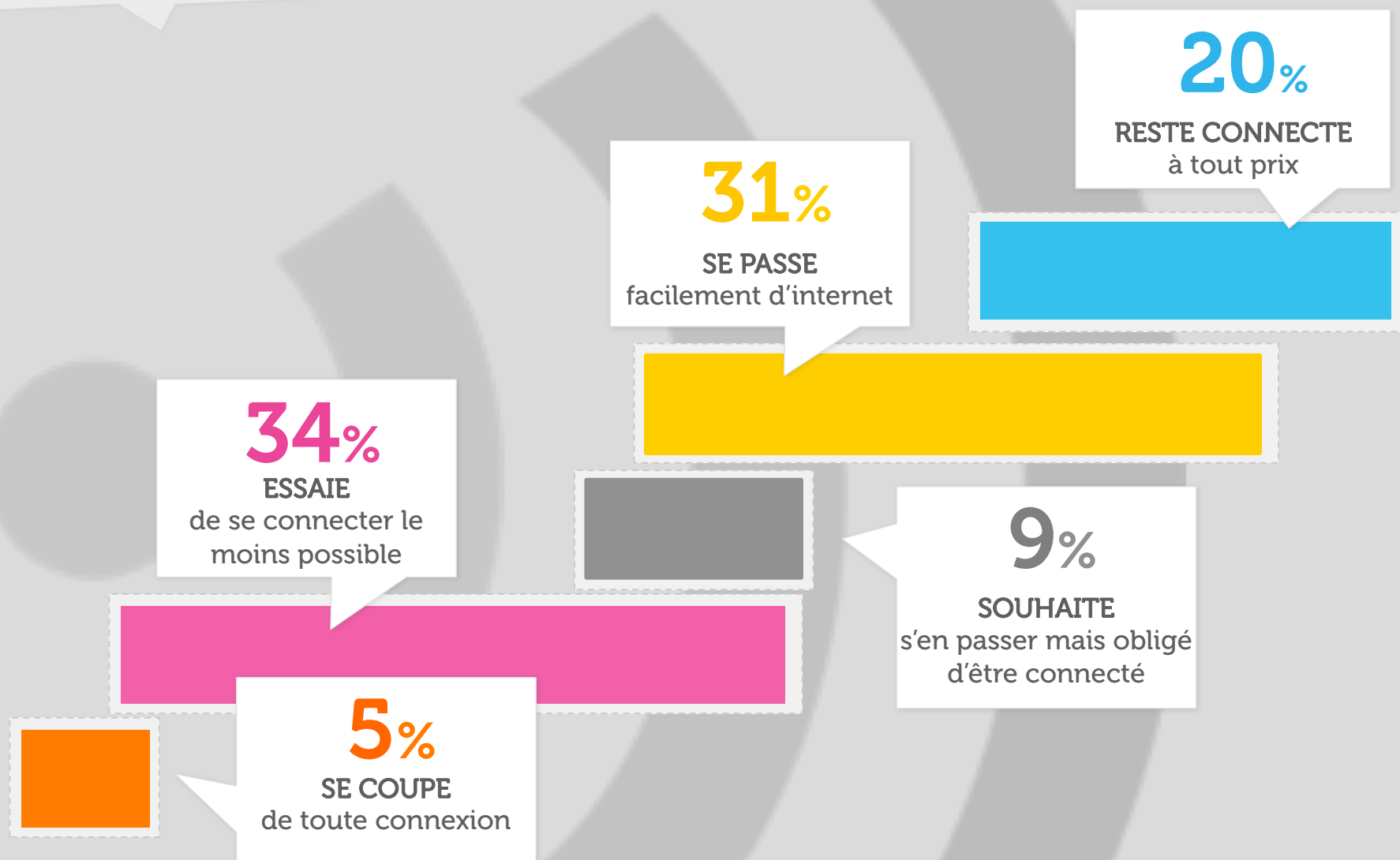
Innovate to help with travel preparation





Pendant les vacances

Internet en vacances



Quel est votre rapport à Internet pendant vos vacances ?

Les européens : hyper connectés

37%

LA COUVERTURE
RÉSEAU, CRITÈRE DE
CHOIX D'UNE
DESTINATION



56%

CONSULTE SA
MESSAGERIE PRO EN
VACANCES

86%

DES EUROPÉENS
ALLANT À L'HÔTEL
S'ATTEND À AVOIR
UN ACCÈS WIFI

95%

PARTIRA AVEC UN
APPAREIL MOBILE
PERMETTANT DE SE
CONNECTER

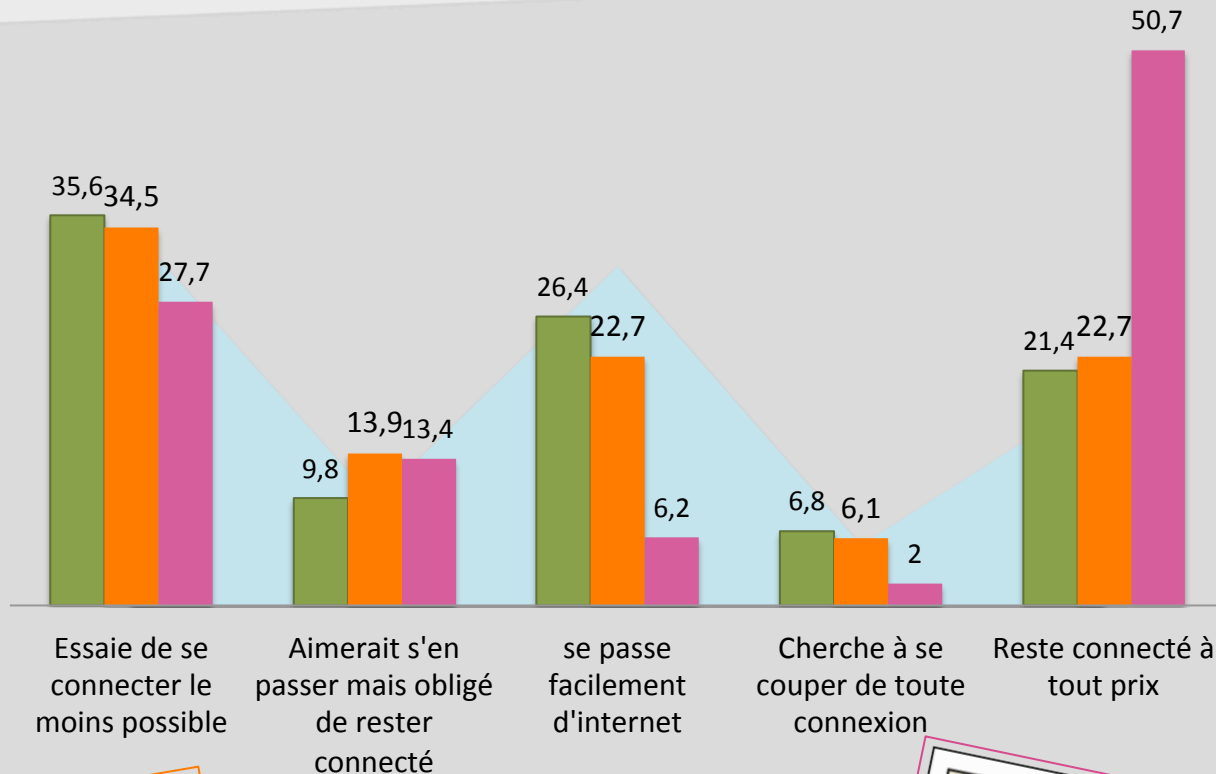
POUR **46%**

LE TÉLÉPHONE EN
VACANCES EST UN
SUJET DE DISPUTE
AVEC SA FAMILLE.

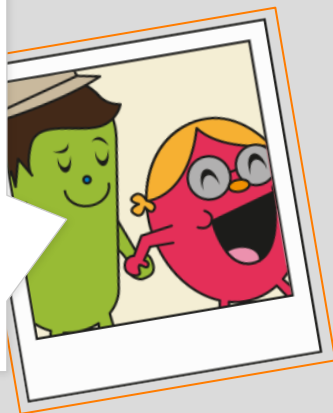
Se connecter en vacances



Mr Aventure est aussi très connecté ! En tout cas plus que la moyenne (+2 pts: connecté à tout prix) ...



Mr & Mme Long Courrier sont contraints de rester connectés (+5pts), mais peuvent se passer plus facilement d'Internet que la moyenne (-8 pts).



Pour Mme Socio Addict internet est incontournable sur le lieu des vacances : elle reste à tout prix connectée (+30pts).



Quel(s) équipement(s) en vacances ?

53%
SMARTPHONE



47%
PC PORTABLE



20%
TABLETTE



7%
NETBOOK

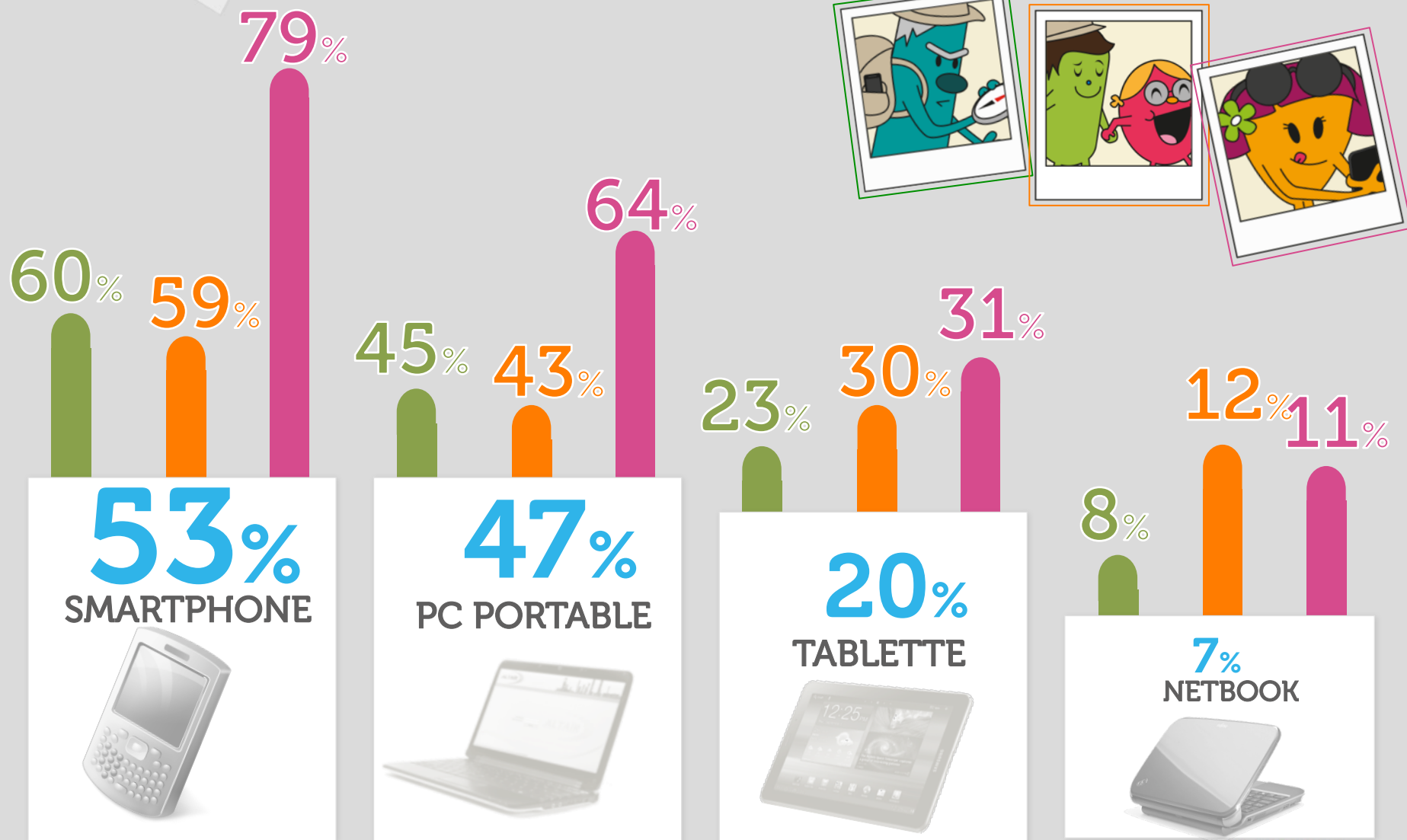


20%

Aucun de ces
équipements



Quel(s) équipement(s) en vacances ?



Appli de voyage sur Smartphone ?

53%
SMARTPHONE



Avez-vous déjà téléchargé sur votre Smartphone une application liée aux voyages ?

OUI

42%

NON

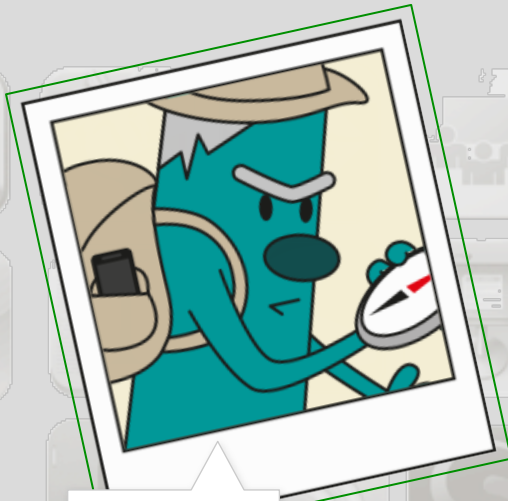
58%

Appli de voyage sur Smartphone ?

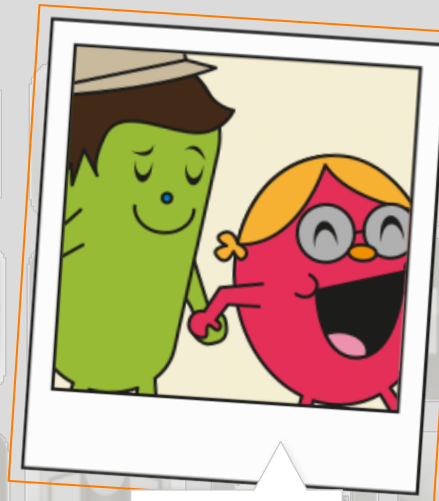
OUI

42%

Avez-vous déjà téléchargé sur votre Smartphone une application liée aux voyages ?



52%



50%



49%

Pas de voyage dans le top des applis en France

Le Top 20 des Applications

Rang	Applications	Visiteurs uniques août 2012
1	Google	11 452 000
2	YouTube	9 010 000
3	iTunes	7 952 000
4	Game Center	3 928 000
5	Orange	3 229 000
6	SFR	2 936 000
7	Shazam	2 576 000
8	Pages Jaunes	2 475 000
9	Facebook	2 300 000
10	Bouygues Telecom	2 123 000
11	AlloCiné	1 439 000
12	Météo France	1 418 000
13	La Chaîne Météo	1 415 000
14	L'Equipe	1 381 000
15	Samsung Mobile	1 345 000
16	Deezer	1 114 000
17	Le Monde	1 054 000
18	Viedemerde	1 046 000
19	Skype	1 033 000
20	Télé Loisirs	1 007 000

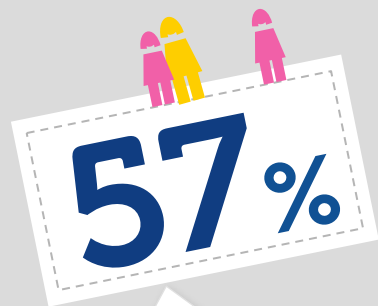
Top 10 des investissements publicitaires mobile

1. Telco - **20.34%**
2. Media - **17.94%**
3. FMCG - **10.33%**
4. Tech - **9.09%**
5. Automotive - **8.60%**
6. Information - **8.44%**
7. Retail - **7.87%**
8. Travel - **5.38%**
9. Finance - **4.63%**
10. Education - **2.61%**

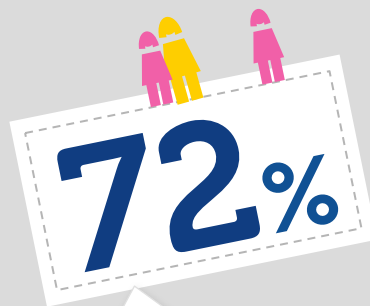
Source: Madvertise, February 2012

Les clients fidèles utilisent les apps

Proportion de clients fidèles a une marque ayant téléchargé l'application



Des voyageurs
Loisirs
vs 27% au total



Des voyageurs
Business
vs 41% au total



Des voyageurs
riches
vs 44% au total

Faire des recherches avec un smartphone

53%
SMARTPHONE



Lorsque vous utilisez votre Smartphone durant vos vacances, sur quelle genre de site / application faites-vous vos recherches ?

29%

Réseaux
Sociaux



53%

Guides
Touristiques



55%

Sites de lieux /
monuments

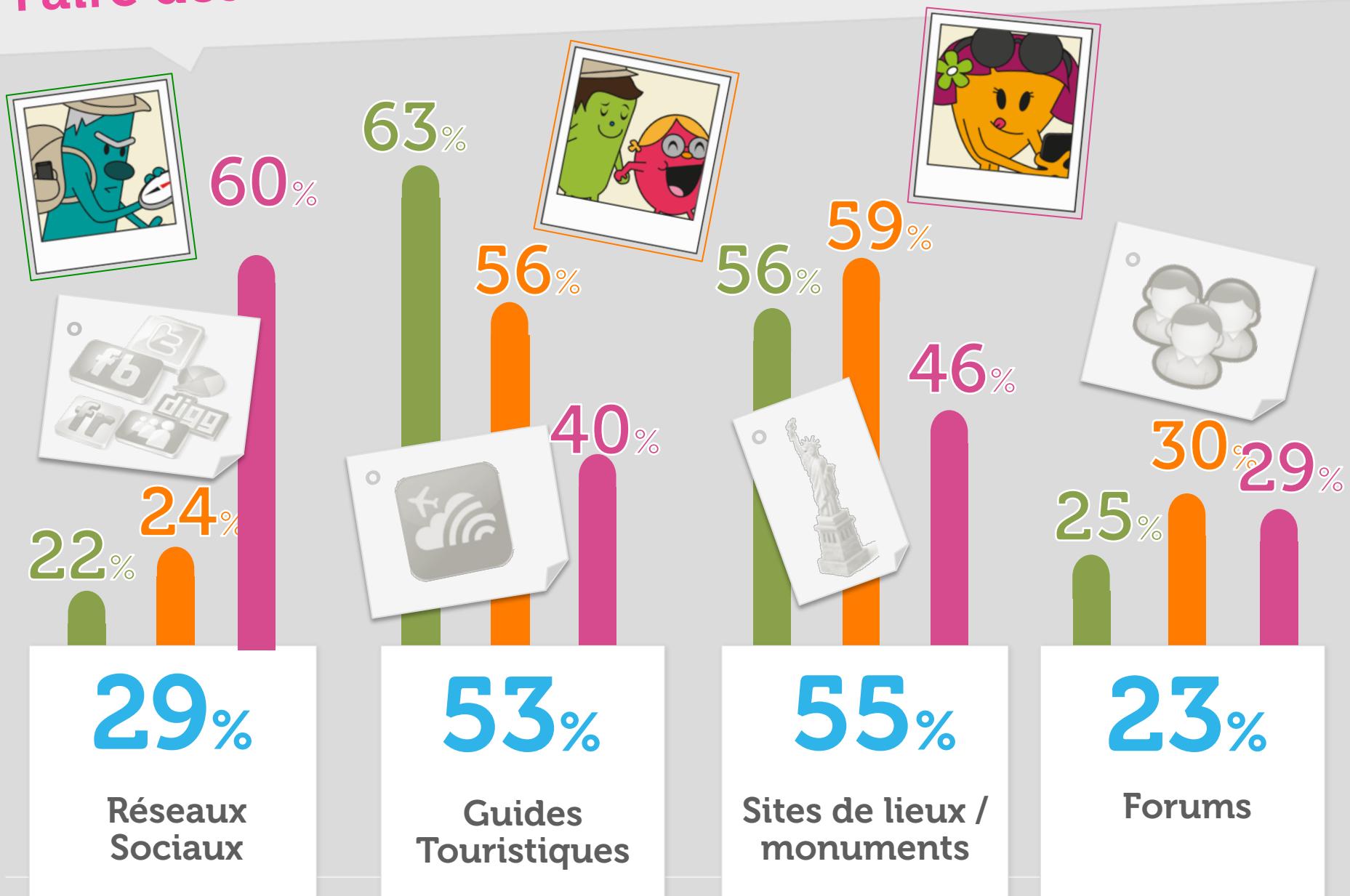


23%

Forums



Faire des recherches avec un smartphone



Les actions sur internet en vacances

En vacances, vous êtes-vous déjà connecté(e) sur internet pour...



81%

Rechercher une adresse



68%

Recherche attraction



66%

Recherche restaurant

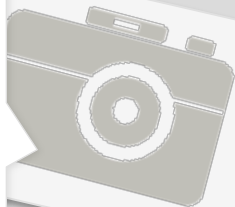


70%

Recherche culturelle

54%

Poster une photo



50%

Réserver un hôtel



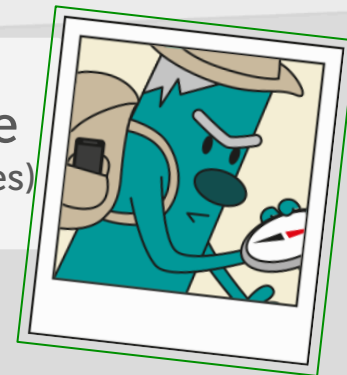
22%

Partager un avis



Actions sur internet en vacances

Le podium de Mr Aventure
(Plus fort delta vs ensemble internautes)



+8pt

Réserver un
hôtel



+3pt

Rechercher un
resto

+4pt

Poster une photo



1

3

2

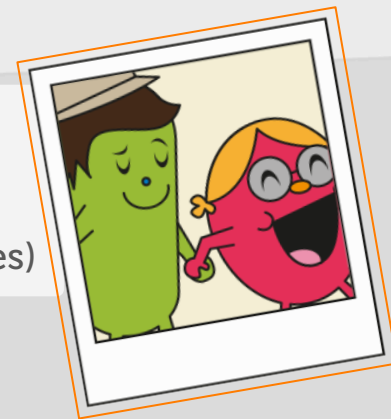
Une assez faible amplitude
d'usages entre Mr Aventurier et
la moyenne des internautes.

Actions sur internet en vacances

+12pt

Réserver un hôtel

Le podium de Mr et Mme Long Courrier
(Plus fort delta vs ensemble internautes)



+6pt

Rechercher une info culturelle

1

3

+9pt

Poster une photo



2

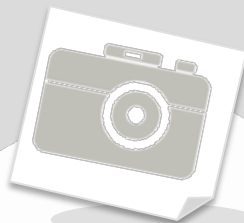
Mr & Mme Long Courrier surconsomme l'internet 'pratique' pour réserver les hôtels et l'internet 'social' pour poster des photos de leurs périples.

Actions sur internet en vacances

+33pt

Poster une photo

Mme Socio Addict
(Plus fort delta vs ensemble internautes)



+27pt

Partager un avis



+14pt

Rechercher un restaurant

1

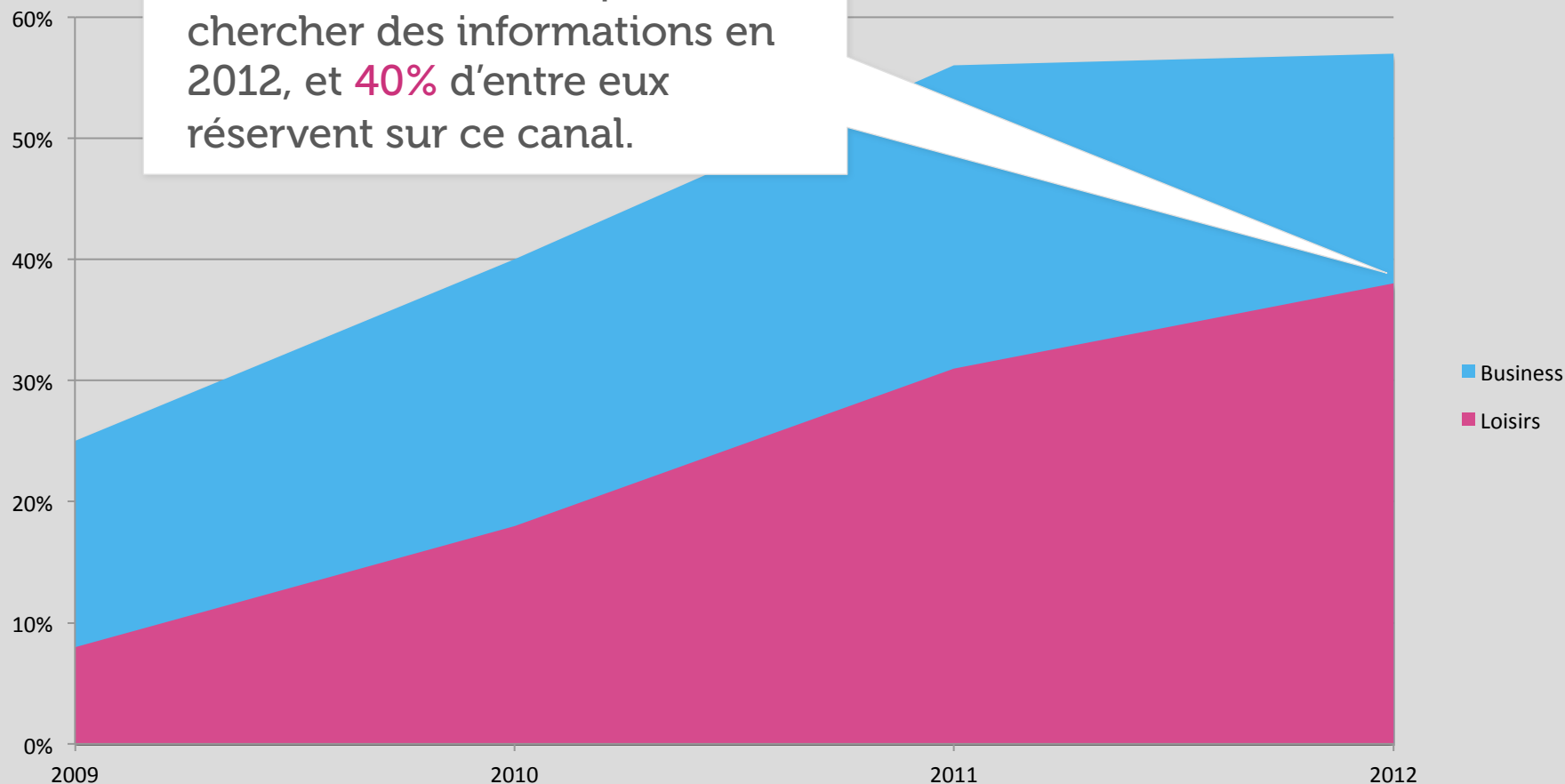
3

2

Mme Socio Addict est largement au-dessus de la moyenne des internautes sur tous les usages digitaux... notamment ceux liés aux actions communautaires.

Recherche de voyage sur Mobile

38% des voyageurs « loisirs » utilisent leur mobile pour chercher des informations en 2012, et **40%** d'entre eux réservent sur ce canal.



Pour les photos de vacances...

53%
COMPACT



22%
REFLEX



24%
SMARTPHONE



1%
Les vacances c'est sans photo

Pour les photos de vacances ...

53%

COMPACT



24%

SMARTPHONE



22%

REFLEX



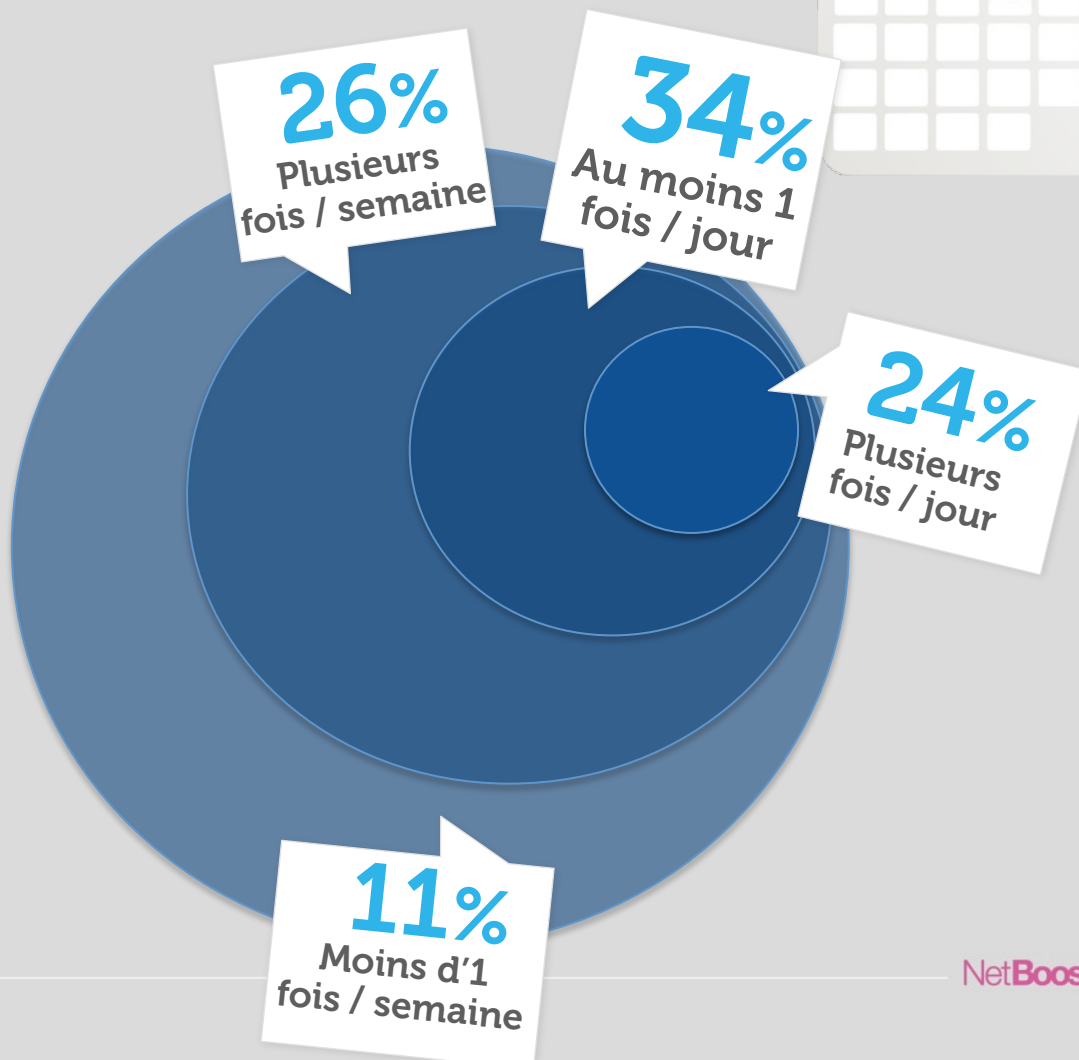
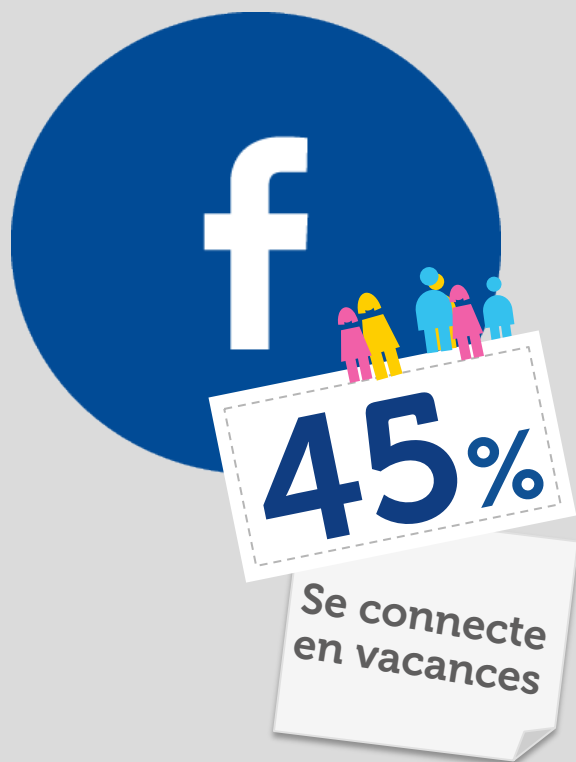
49%



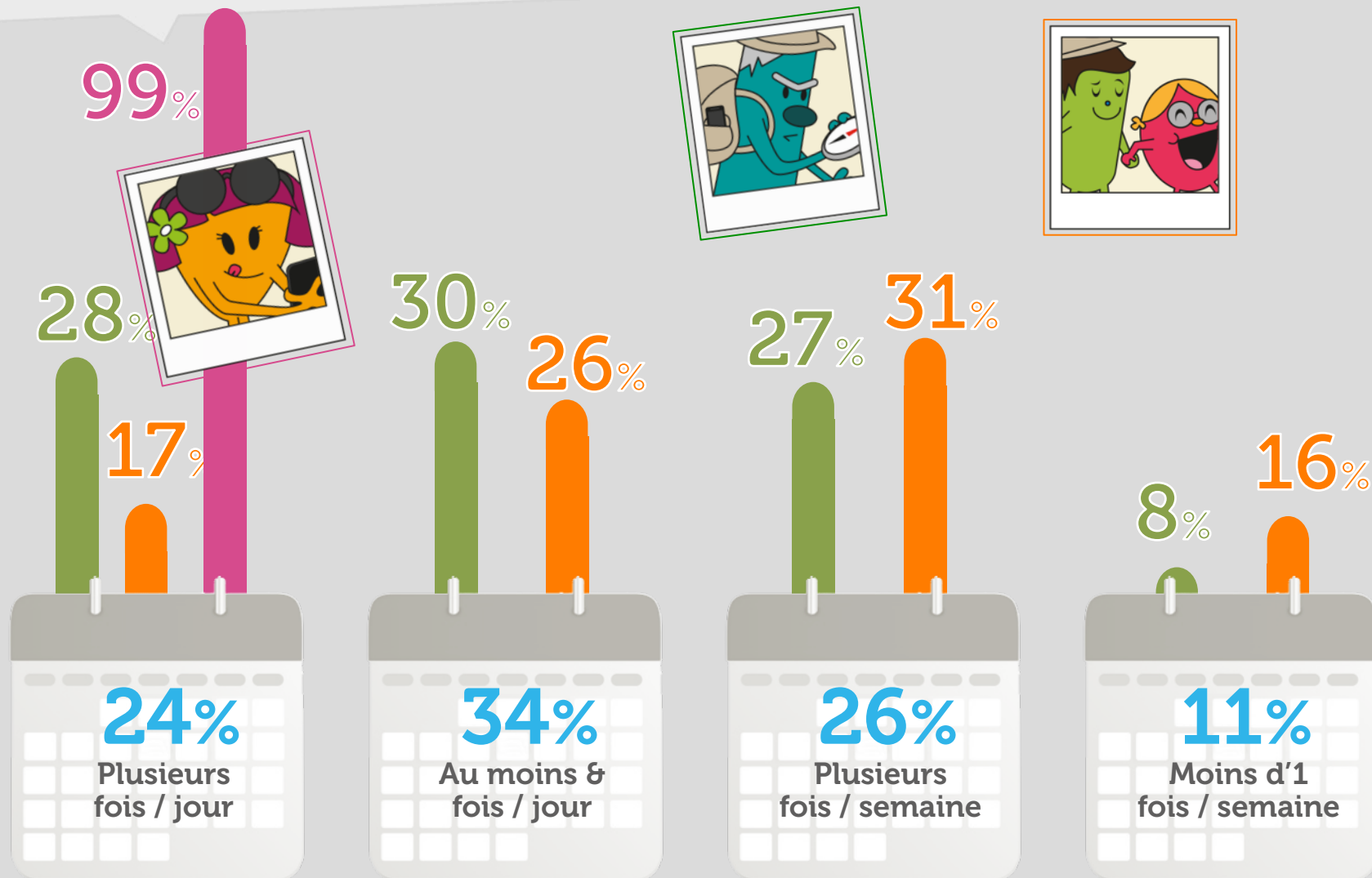
27%

Le smartphone est l'outil fétiche de Mme Socio Addict. Il lui permet le partage immédiat de toutes ses photos.

Facebook en vacances



Facebook en vacances



Facebook en vacances



Lorsque vous vous connectez sur Facebook pendant vos vacances, c'est pour...



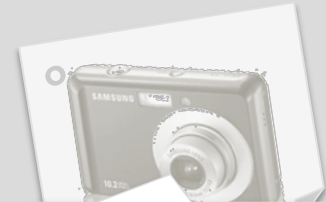
38%

Donner des nouvelles



34%

Rester en contact avec ses proches



22%

Partager ses photos de vacances

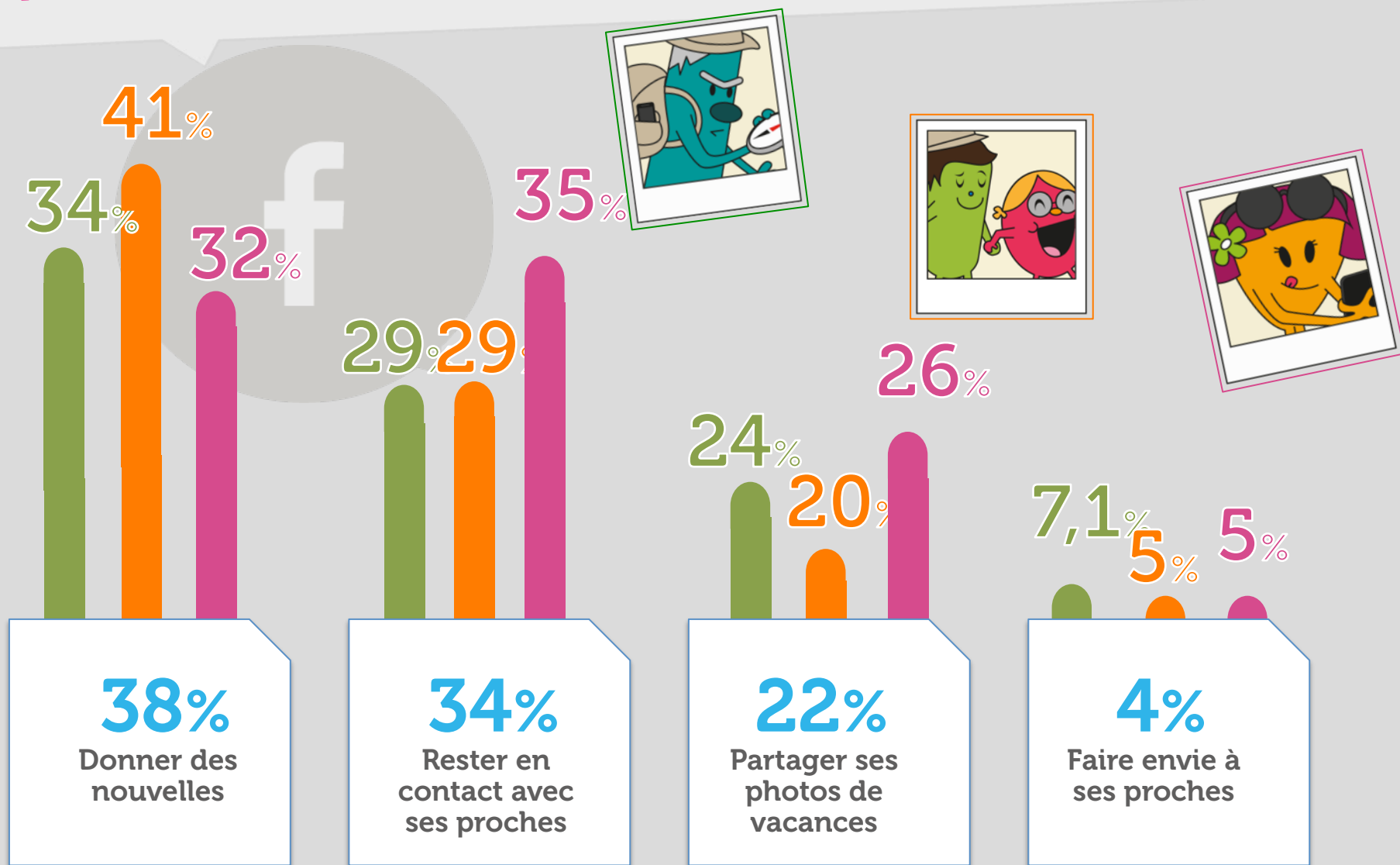
4,2%

Faire envie à ses proches

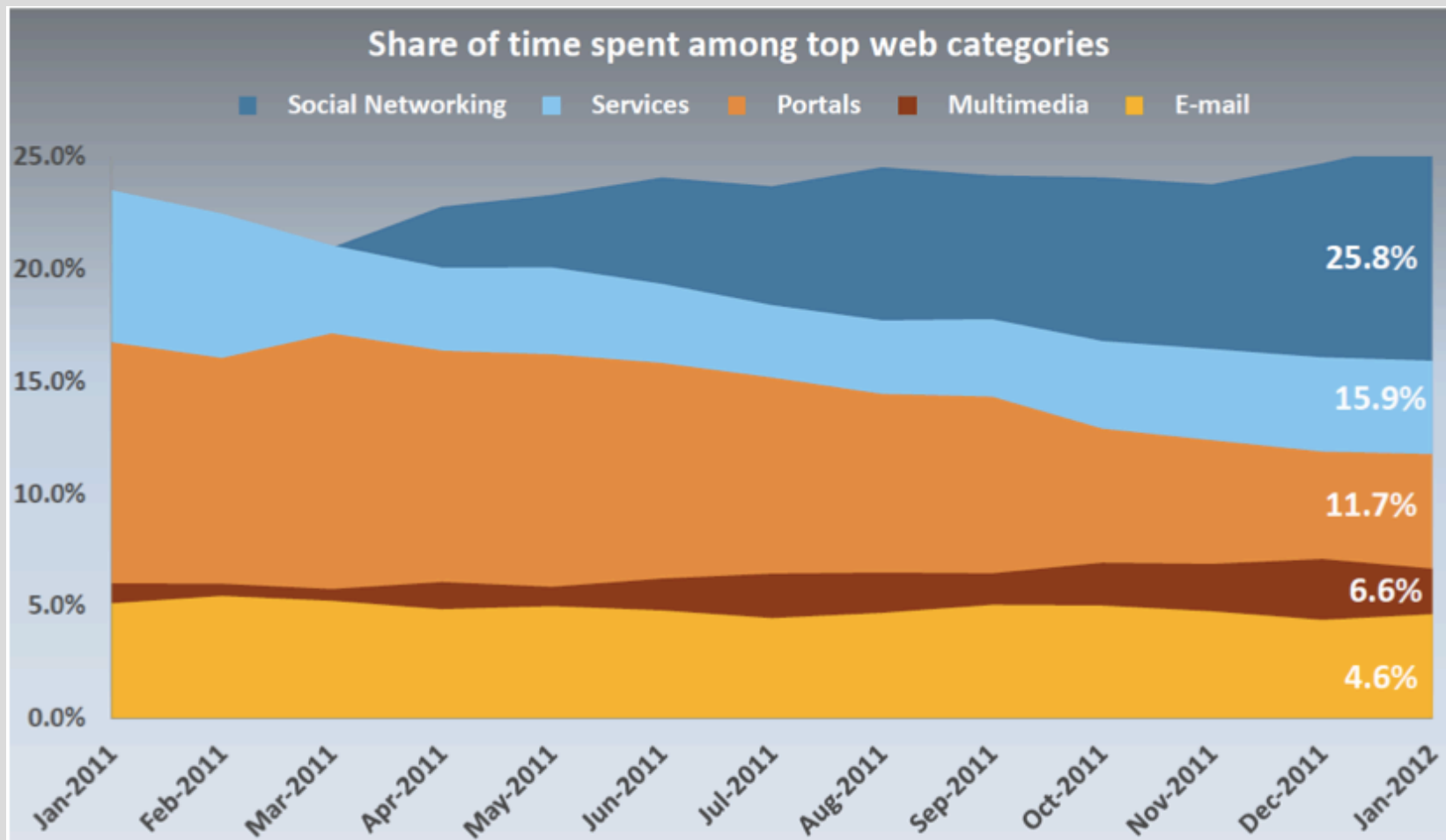
1,9%

Faire de nouvelles rencontres

Facebook en vacances

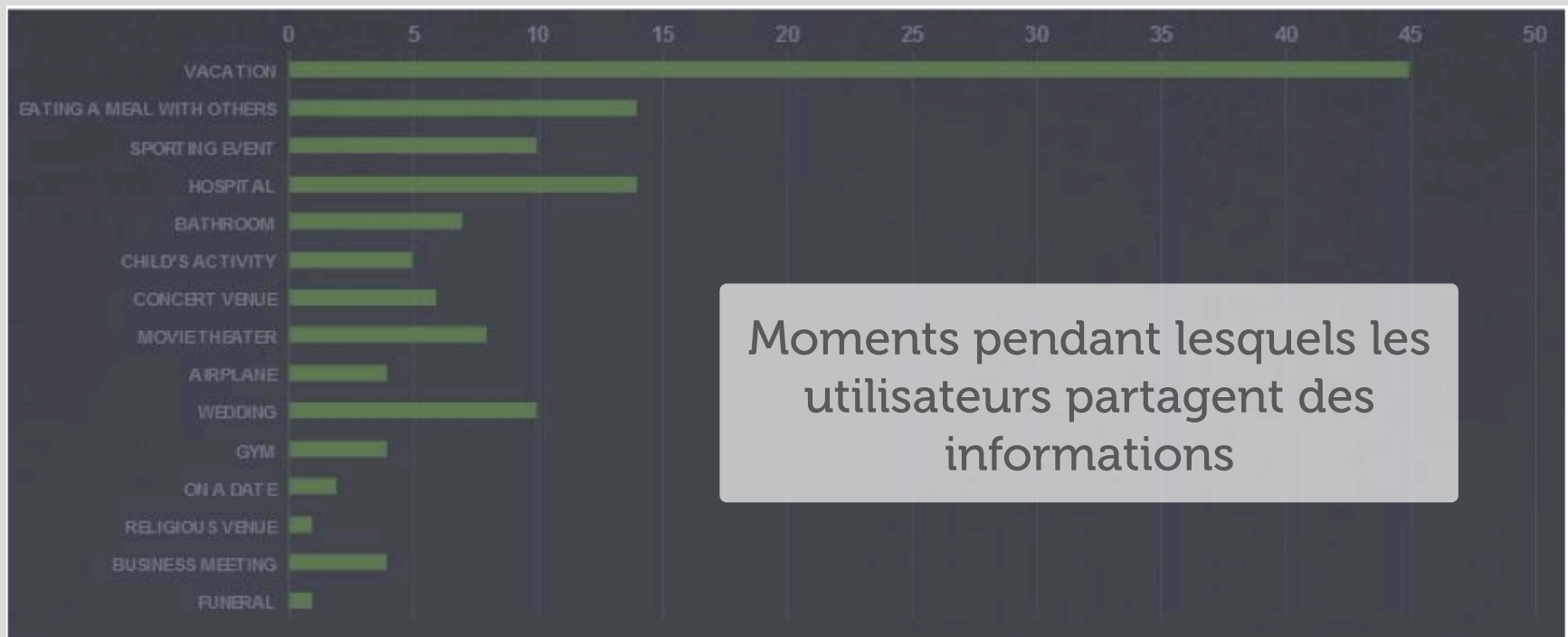


The rise of Social Media...



Source: comScore, April 2012

Les Vacances : 1^{eres} sur le partage !

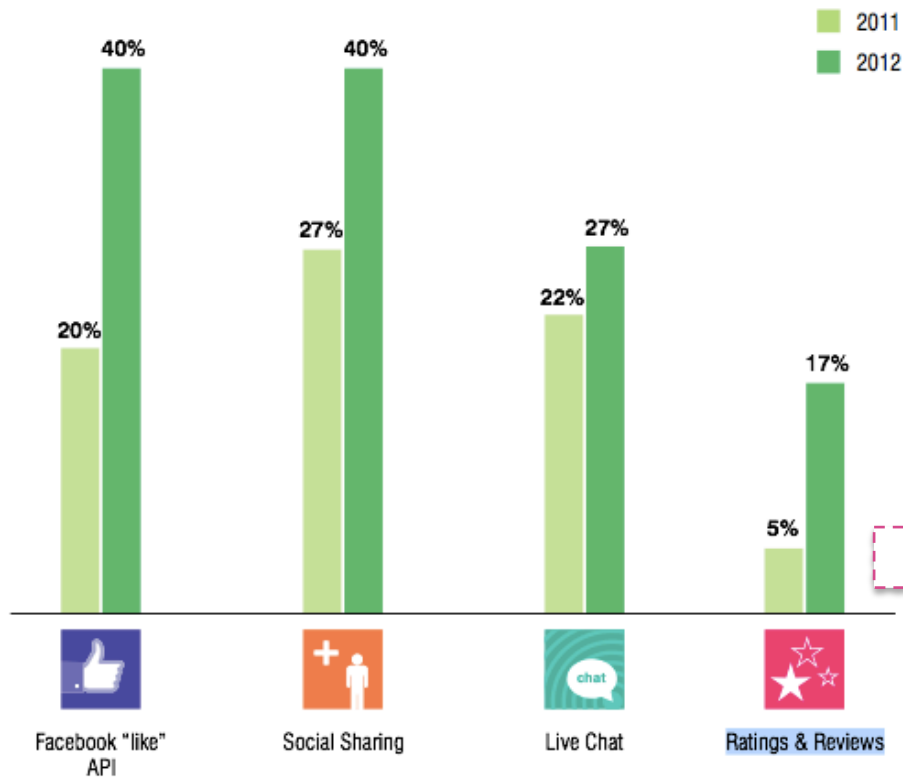


Source: France - Intel, September 2012

Faire partager = Faire réserver ?

SITE FEATURE ADOPTION

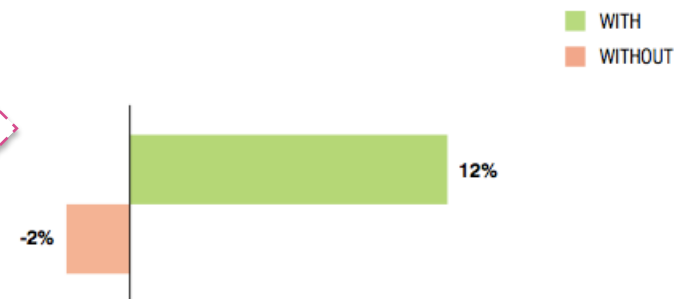
% of Sites With the Following Features:
(2011-2012)



Les sites d'hôtels qui adoptent des fonctions de partage voient leur nombre de pages vues croître significativement.

IMPACT OF SOCIAL SHARING ON GROWTH

% of Page View Increase Over Three Months



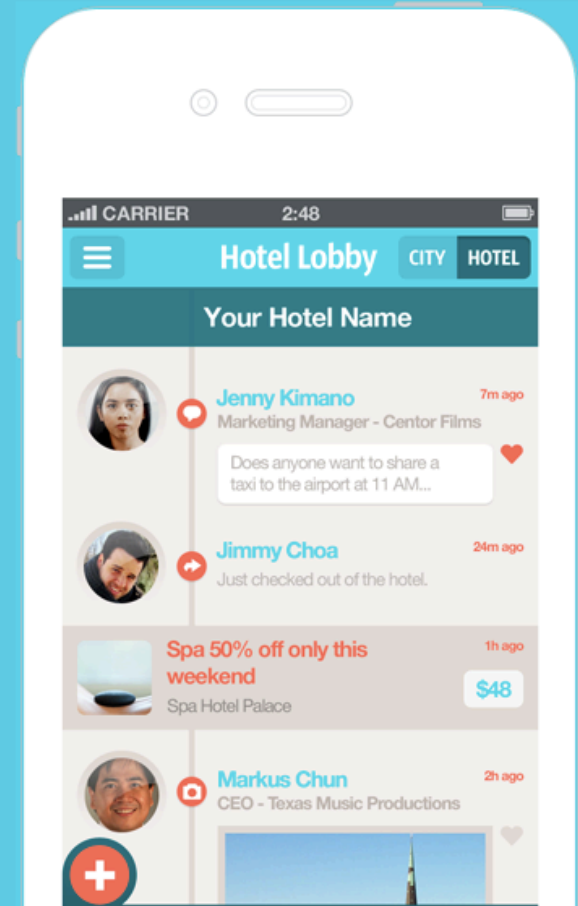
Source: Alexa.com

Vacanciers connectés = opportunités ?

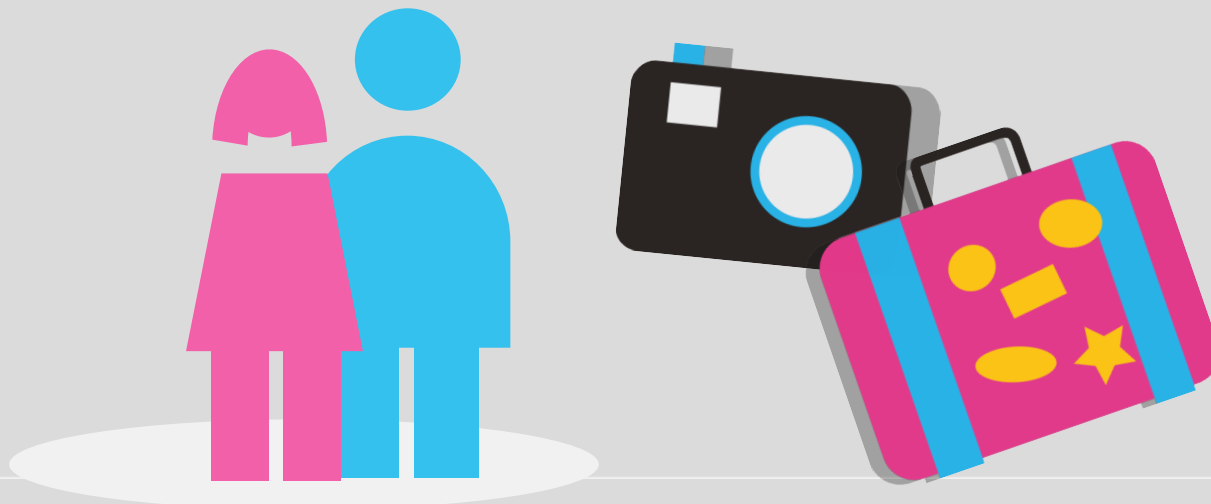
+ our mission:
to socialize hotels.

connecting all the city's travelers on
1 network, 1 app, for all hotels & resorts worldwide.

LEARN MORE

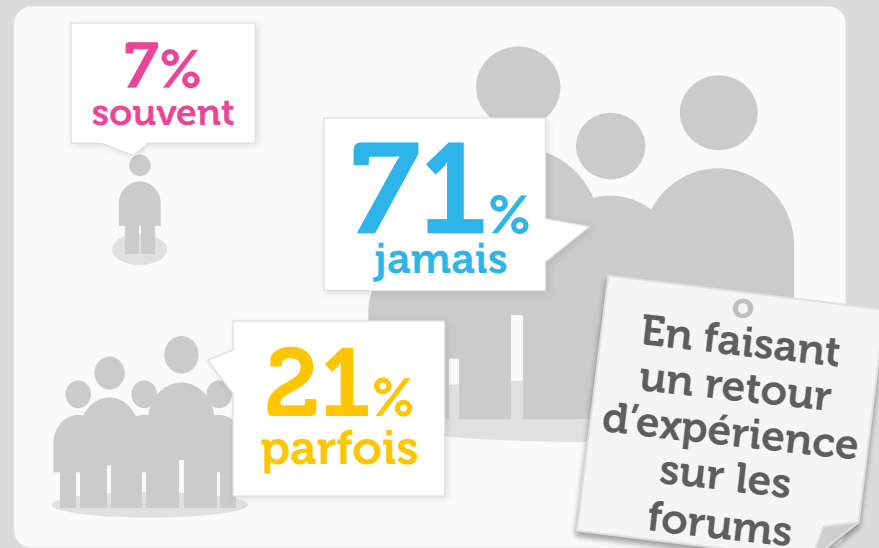
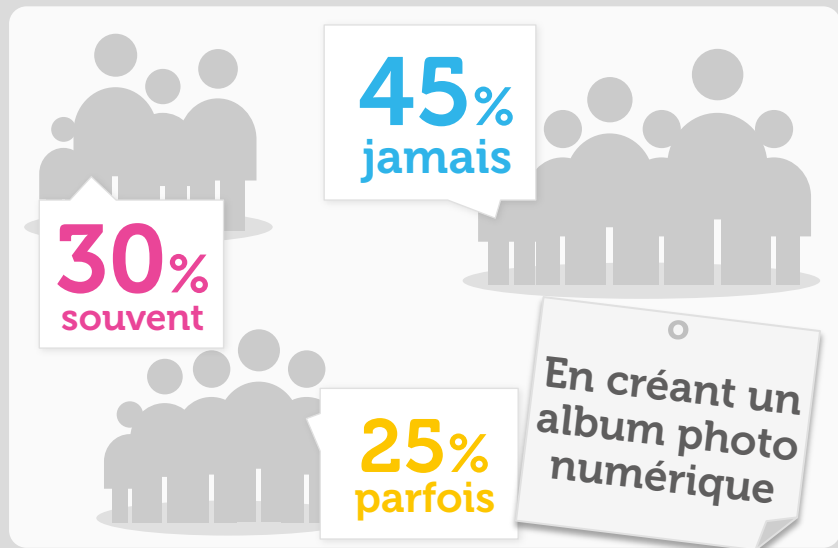
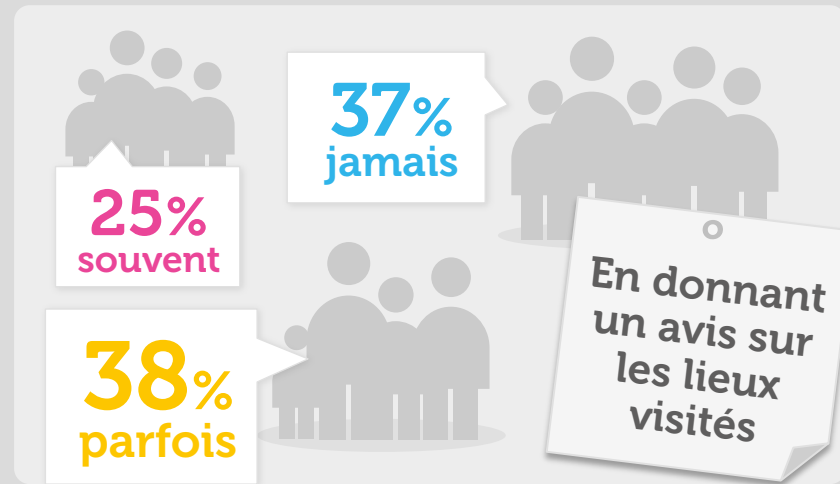
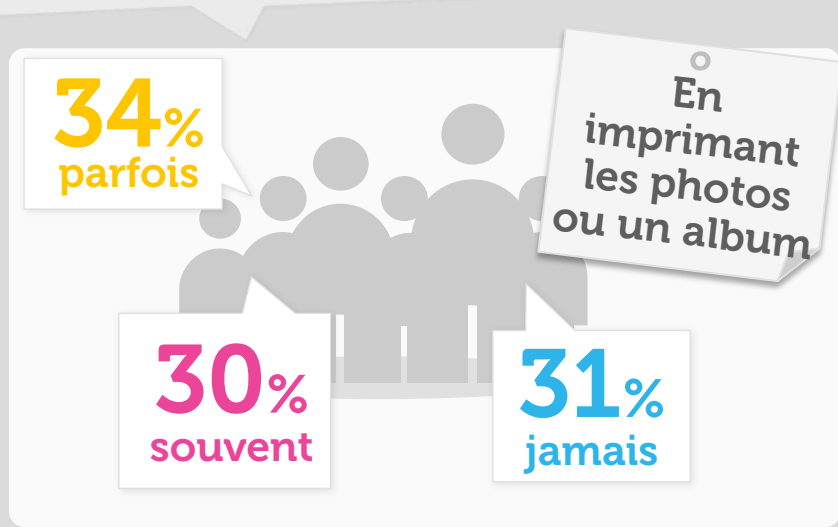


Après les vacances

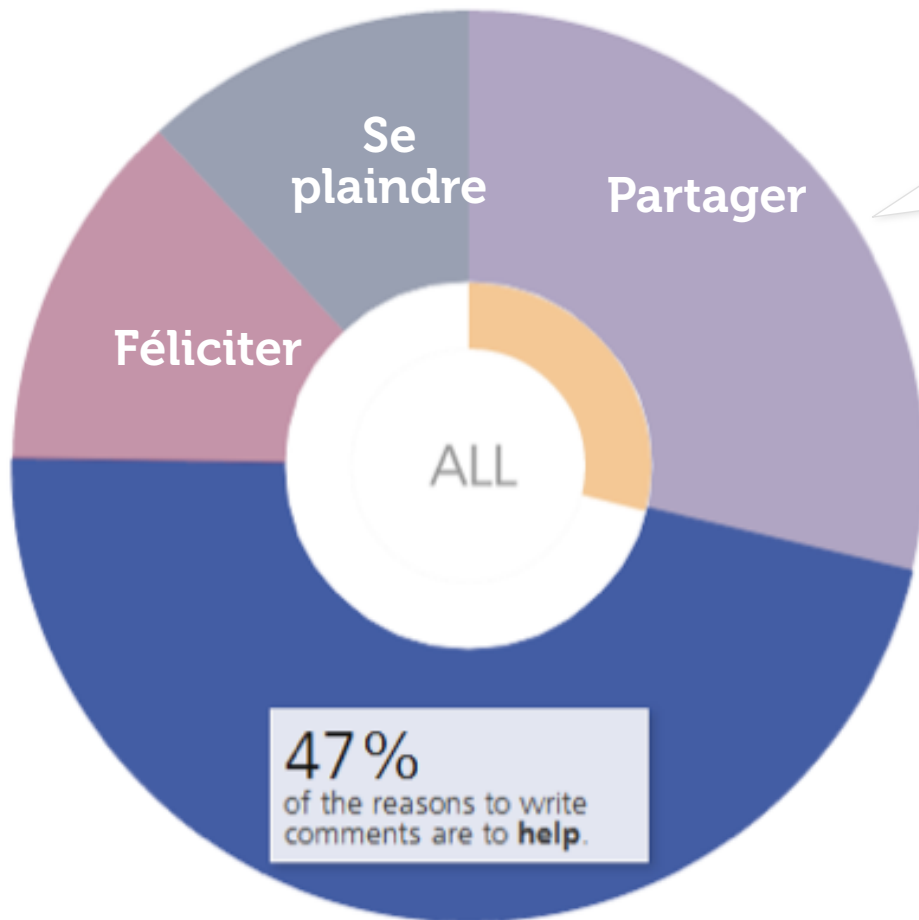


En rentrant de vacances ...

de quelle manière partagez-vous votre expérience de vacances ?



Pourquoi laisser un commentaire ?



47% des commentaires sont écrits pour « aider »

41% des français font confiance aux commentaires d'inconnus

Do people in **France** trust comments people write about brands?

Friends' comments



Yes
50%

No
50%

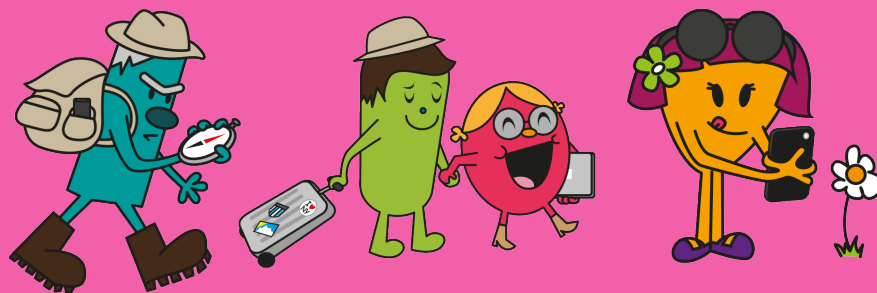
Strangers' comments



Yes
41%

No
59%

Les profils



Mr Aventure



Mr Aventure est plus sensible que la moyenne aux nouvelles technologies. Il les utilise volontiers pour préparer ses voyages et partager ses émotions. Plus égocentré que la moyenne, il aime valoriser ses aventures, partager ses bons plans avec des initiés et critique volontiers les prestataires. Grand voyageur, il est difficile à convaincre. Autonome, il aime construire son voyage seul.

Mr Aventure



Avant le voyage

Adepte des forums, il recherche une multitude de petites informations.

Très organisé, il part rarement sur un coup de tête.

Il est sensible à un discours d'expertise et se laisse convaincre par des témoignages d'aventuriers comme lui.

Pendant le voyage

Technophile, mais pour des raisons pratiques. Il utilise son smartphone pour trouver des bons plans.

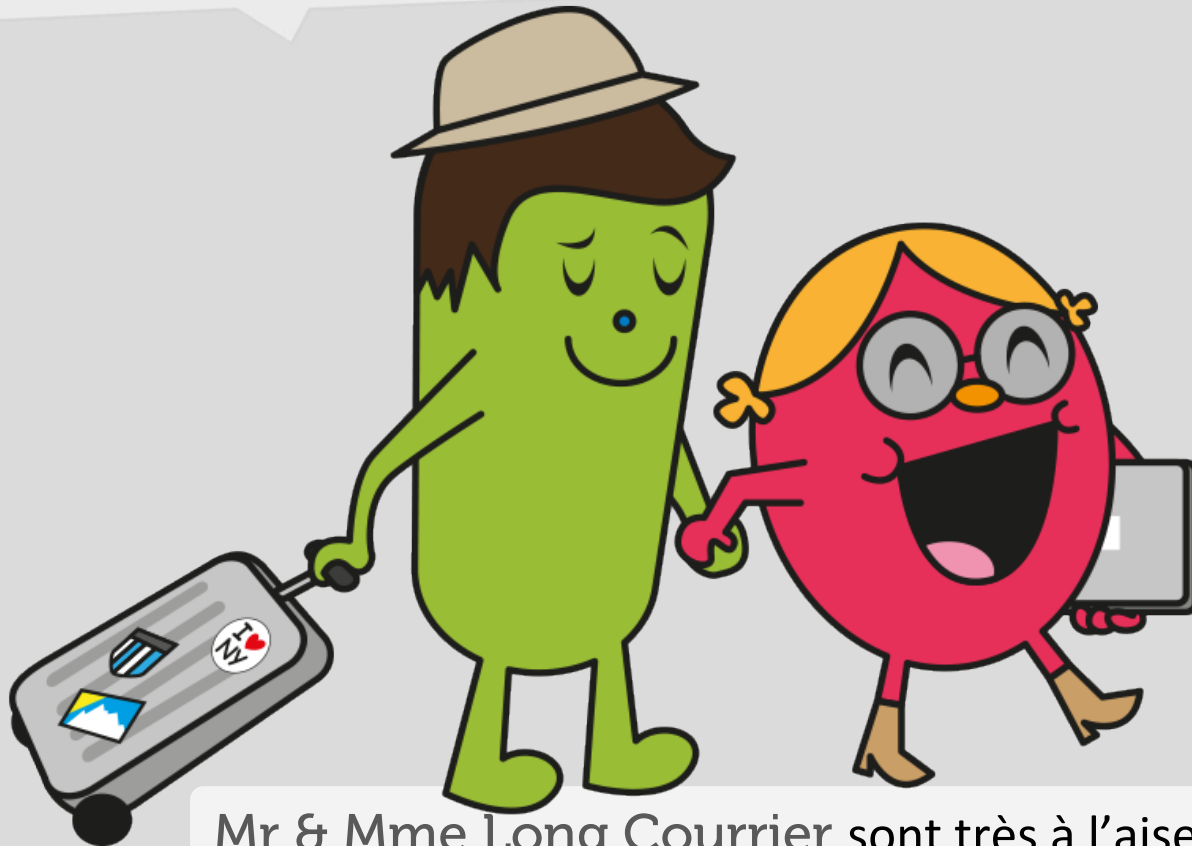
Parallèlement, son côté un peu égocentré le conduit à partager en temps réel ses photos de voyage. Il est d'ailleurs mieux équipé que la moyenne pour relater ses expériences.

Après le voyage

L'EgoTrip est une seconde nature pour notre aventurier : il partage facilement ses souvenirs. Il parle pendant des heures de ses exploits et anecdotes de voyage.

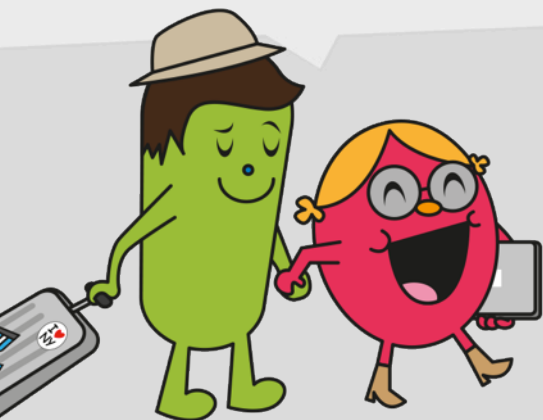
Il donne volontiers son avis sur les sites de partage. Peut-être plus enclin à la critique que la moyenne.

Mr & Mme Long Courrier



Mr & Mme Long Courrier sont très à l'aise avec les nouvelles technologies, qu'ils utilisent au quotidien dans leur vie professionnelle. En voyage, ils veulent se couper d'Internet. Ils veulent s'évader et fuir un quotidien trop stressant. Ils utilisent les nouvelles technologies à l'économie, dans un registre très pratique et partagent leurs émotions par de courts messages, sans trop en dire.

Mr & Mme Long Courrier



Avant le voyage

Ils peuvent choisir leur destination à la dernière minute. Très à l'aise avec Internet, ils construisent leur voyage sur mesure.

Mais faute de temps, ils sont sensibles aux bons plans de dernière minute et aux produits sur mesure.

Pendant le voyage

Ils aiment se déconnecter ! Ils vont sur Internet plus par nécessité (travail), pour réserver un hôtel ou pour se cultiver.

Ils peuvent garder contact avec leurs proches sur les réseaux sociaux, mais le feront par de brefs messages.

Ils partent avec du matériel photo haut de gamme.

Après le voyage

De retour de voyage, la vie stressante reprend ses droits, et l'envie d'évasion est tenace. Ils publieront alors un message sur Facebook avec quelques photos (les meilleures) et des avis sur des sites spécialisés... et essaieront de trouver le temps pour trier leurs milliers de photos !

Mme Socio Addict



Mme Socio Addict est droguée aux nouvelles technologies. Intoxiquée aux tweet, post, like et autre share, Emma ne peut plus vivre sans son smartphone. Accro aux réseaux sociaux, elle reste connectée à sa tribu en vacances. Elle partage allègrement ses anecdotes et diffuse largement - et en temps réel - son expérience de voyage. Une obsession : obtenir le plus de Like !

Mme Socio Addict



Avant le voyage

Adepte des réseaux sociaux, elle trouve sa destination grâce à ses amis Facebook. Un impératif : avoir Internet ! Elle collecte des bons plans dans son entourage. Elle achète moins de guides de voyage classiques, qu'elle considère dépassés. Elle se connecte sur les sites locaux de bons plans.

Pendant le voyage

Ego-trip + incapacité de couper de sa tribu virtuelle = surconsommation d'Internet en vacances. Elle est fière de dire qu'elle s'éclate en vacances (la fameuse photo de pieds bronzés au bord de la piscine).

Pour ses souvenirs, ce qui compte pour elle, c'est de pouvoir les partager ! Le reflex, c'est trop lourd.

Après le voyage

Ultra-connectée en vacances, elle l'est tout autant au retour.

Elle a accumulé une expérience qu'elle souhaite partager sur les sites spécialisés (forum et avis) ou sur son Blog de tendances.

TRAVEL_ID



NetBooster

Janvier 2013



La solution digitale intégrée des acteurs du tourisme et des loisirs.

Un espace Web
unique pour
optimiser vos
performances

Brand Content

Séduire le visiteur par
la création de
contenus efficaces :
des carnets de voyage
à la fois pratiques et
inspirants, pensés
pour le SEO.

Digital Marketing

Présenter efficacement
l'offre touristique et
mettre en place les
conditions optimales de
transformation : media,
datacatching, CRM et
mobile.

Social Media

Stimuler la présence de
votre marque sur les
réseaux sociaux :
socialiser le dispositif
pour mieux comprendre
les attentes et vendre
plus



Plateforme sociale
partage d'informations du voyage.

10 000
membres

200
blogueurs

500
photographes

NetBooster

L'agence web
marketing des
grandes marques
de tourisme

A vibrant, stylized beach scene. The background is a light blue sky with a bright yellow sun in the top right corner. A grey airplane is flying in the upper left. The foreground is a yellow sandy beach with a blue ocean line. On the left, there are pink palm trees. On the right, there is a beach umbrella with yellow, blue, and pink sections, a pink and blue suitcase, a black camera, and a pair of black flip-flops. In the center, a large pink speech bubble with a dashed border contains the title text.

A propos de NetBooster

NetBooster

Janvier 2013

Le Groupe NetBooster

Un réseau Européen et international

> 450 employés

> 18 bureaux

> des partenaires dans le monde entier

NetBooster

Les technologies de demain sont déjà chez NetBooster



Responsive
design



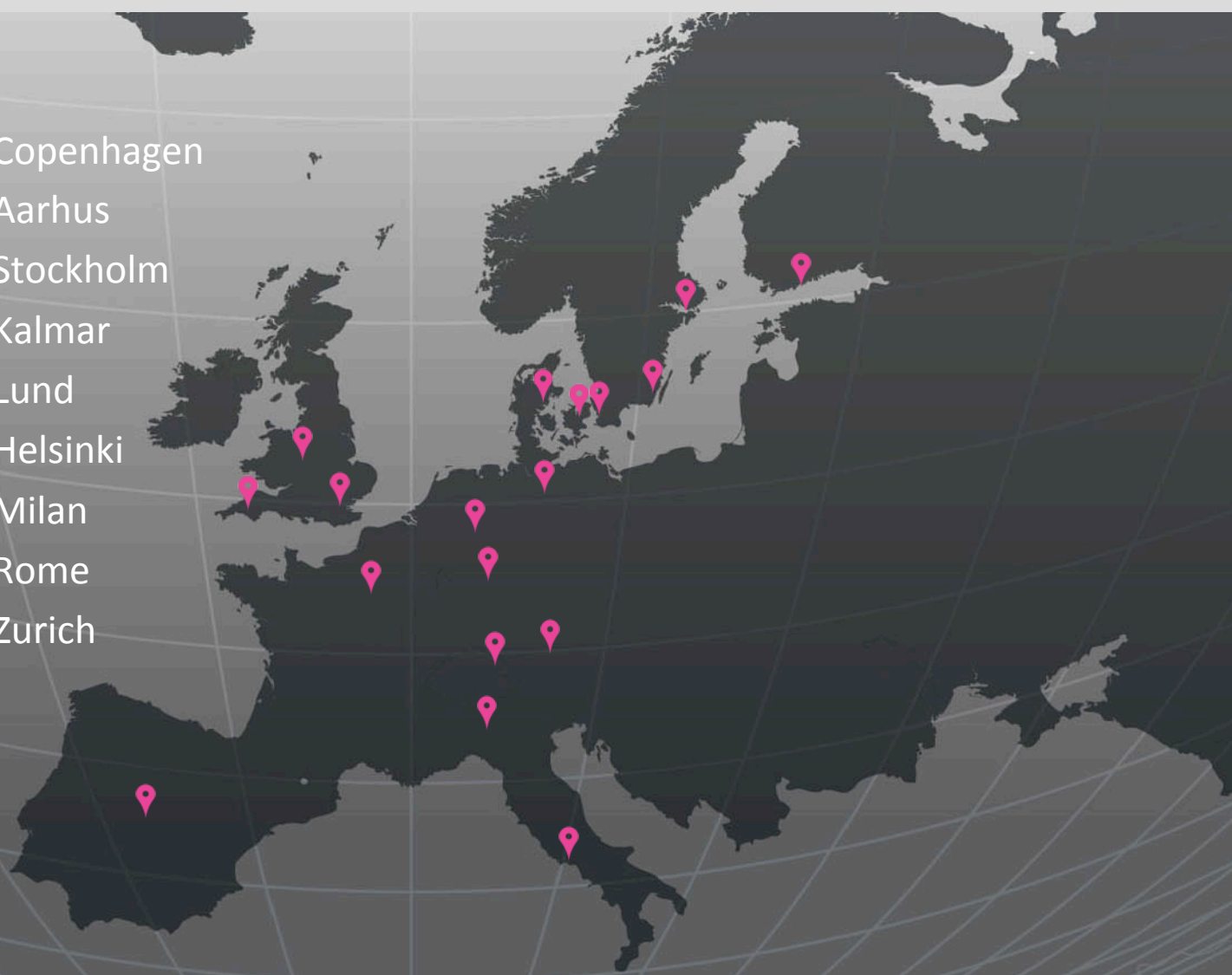
Trading Media



SmartSearch

Nos bureaux

- London
- Telford
- Cornwall
- Paris
- Munich
- Hamburg
- Frankfurt
- Duisburg
- Madrid
- Copenhagen
- Aarhus
- Stockholm
- Kalmar
- Lund
- Helsinki
- Milan
- Rome
- Zurich



Accompagner les grandes marques



Tous les atouts

pour une stratégie online réussie



COMPRENDRE

- Etudes
- Planning stratégique



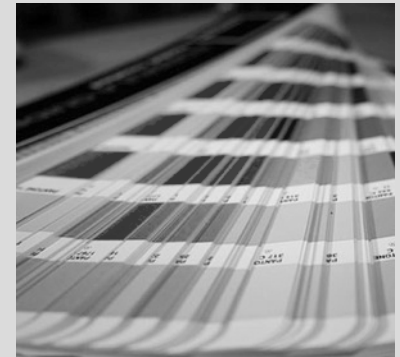
EMERGER

- Display branding
- Opérations spéciales
- Création



ACQUERIR

- SEO
- SEA/PPC
- Trading media
- Affiliation
- Experience Utilisateur



DIALOGUER

- eCRM
- Social Media
- Community management