

Diagnostic Numérique de Territoire

Réunion de présentation et d'échanges autour des résultats de
l'enquête « Tourisme » - Conseil Départemental/Corrèze
Tourisme/Offices de Tourisme

18 mai 2018



Rappel du contexte de l'enquête :

Dans le cadre du programme "**100% Fibre en 2021**", le Département en partenariat avec les intercommunalités déploient un réseau de fibre optique sur l'ensemble de la Corrèze. Grâce à cette couverture totale en Très Haut Débit, tous les corréziens pourront bénéficier d'un accès rapide aux nouveaux services qui se développent sur Internet dans tous les domaines.

Une consultation en ligne a été ouverte pendant 2 mois et a permis l'expression des attentes et idées pour bâtir ensemble un plan d'actions de déploiement des **usages numériques** répondant à vos besoins.

L'enquête a été administrée auprès de 6 cibles : Grand public (894 répondants), entreprises (120), agriculteurs (52), acteurs du tourisme (233), collectivités (41), Associations (83).

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Méthodologie

- Élaboration de l'enquête conjointe : CD / Corrèze Tourisme / OT
- Administration par le Conseil départemental via la plateforme en ligne www.correze-numerique.fr
- Relais d'information assuré par Corrèze Tourisme et les OT auprès de 1483 prestataires
- Nombre de répondants : 233
- Taux de retour : 16%



Rappel DNT 2013 :
259 répondants

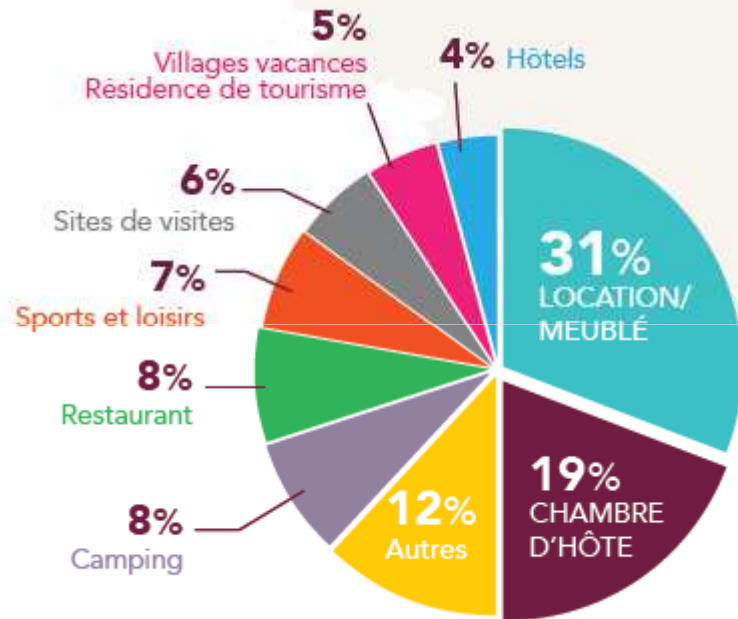
➔ Une base de répondants qui permet d'identifier des tendances



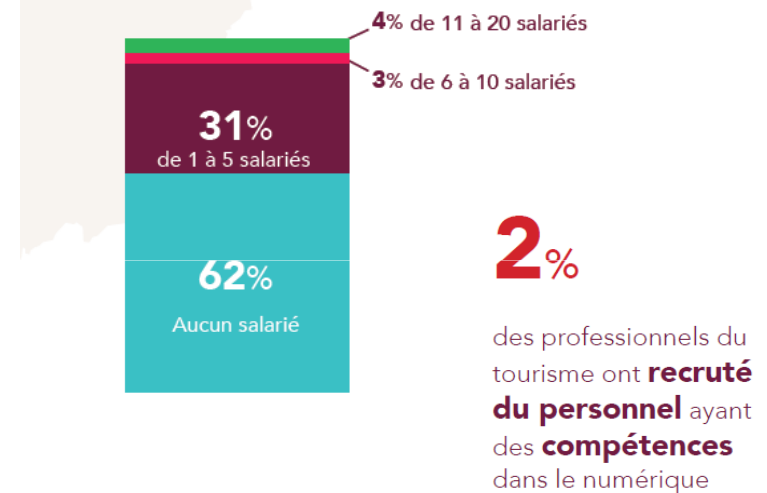
Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Typologie des répondants

Répartition par type d'activité



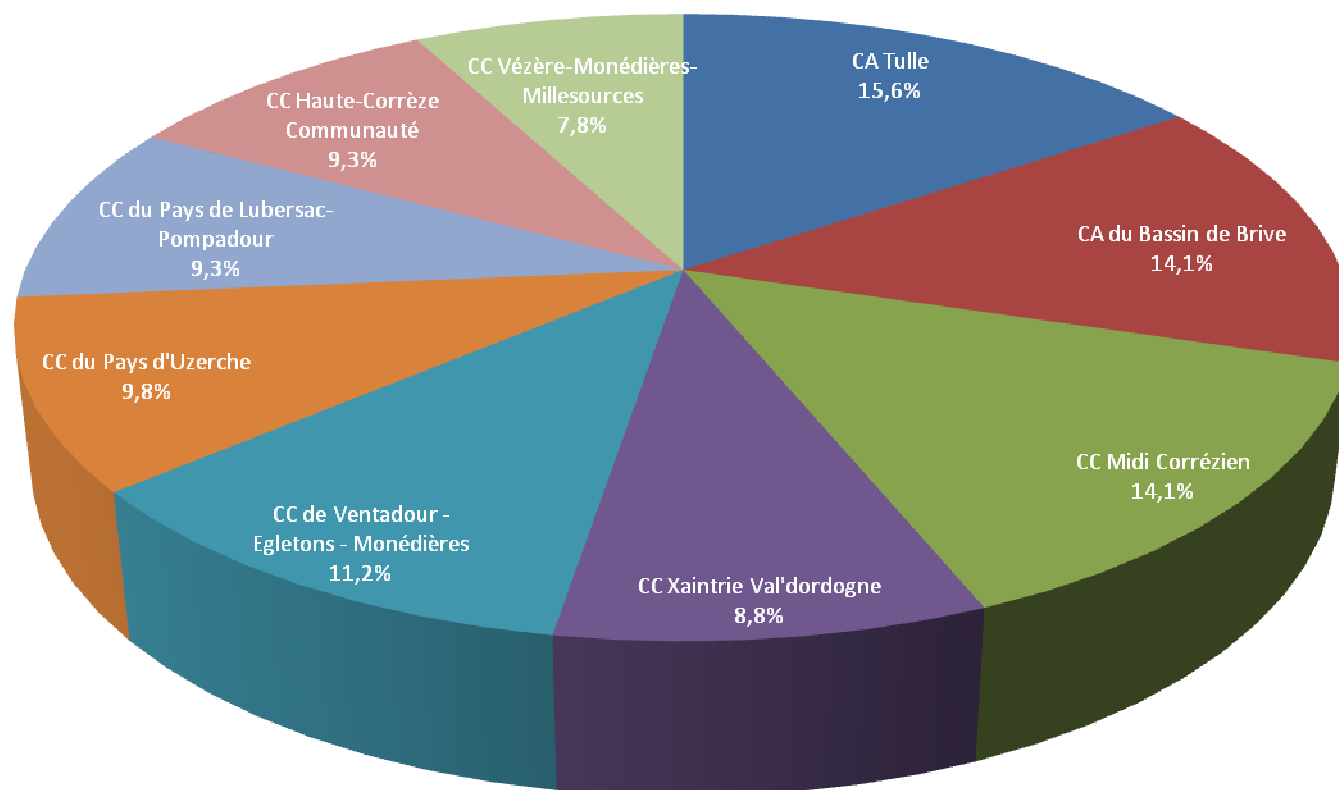
Répartition du nombre des salariés



- ➔ Comme en 2013, une bonne représentation des locations / meublés et chambres d'hôtes qui sont majoritairement des non professionnels
- ➔ Une sous-représentation des hôtels
- ➔ Plutôt de très petites structures qui ne possèdent pas de compétences dédiées au numérique en internet

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

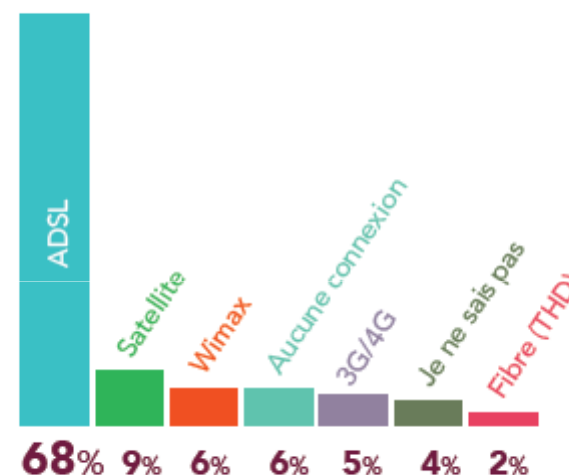
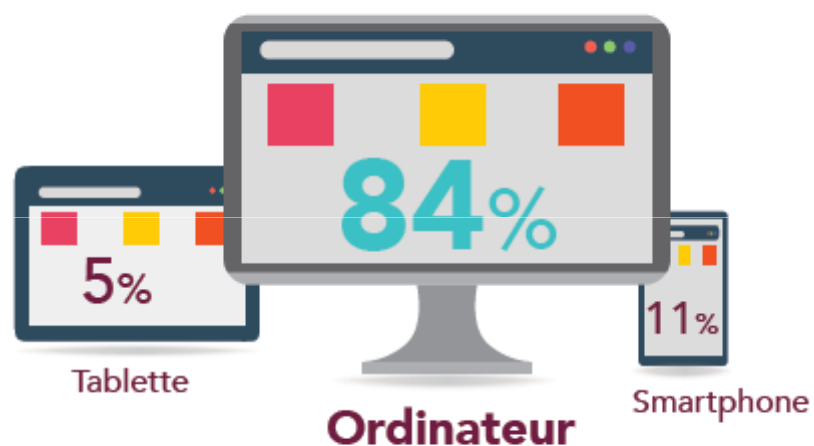
Répartition géographique des répondants



Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Mode de connexion à internet des répondants

Matériel utilisé pour se connecter Principal mode d'accès à internet



70%

des professionnels du tourisme jugent que la **vitesse** de leur **connexion** est **insuffisante**

➔ De très fortes attentes sur la fibre optique

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Mode de connexion à internet des répondants

69%

des professionnels du
tourisme proposent
gratuitement un
accès Wifi à leurs
clients

MAIS

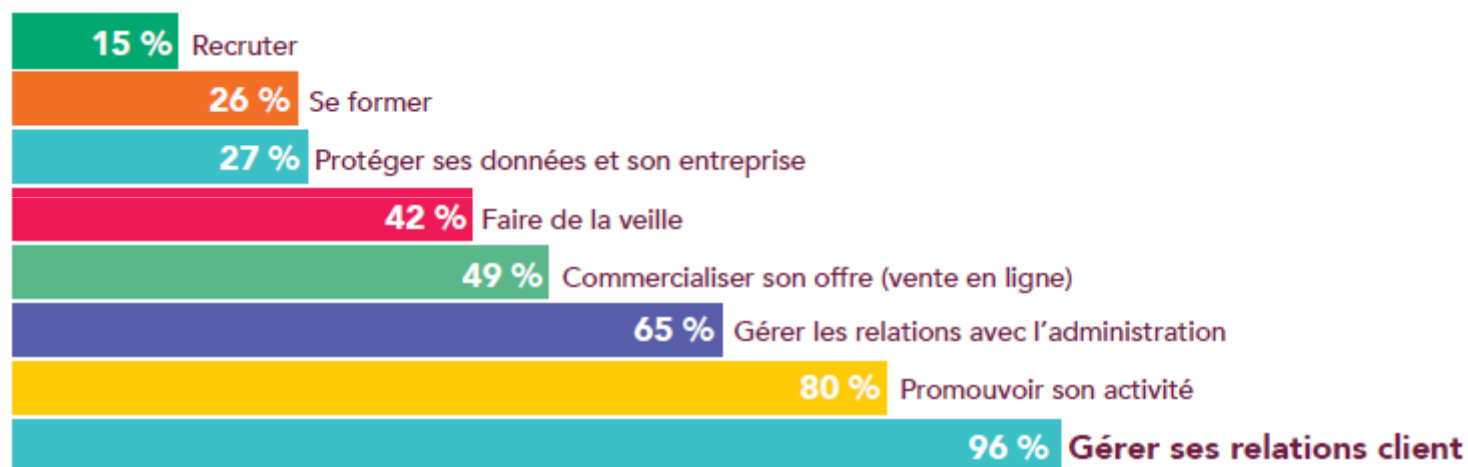
62%

des professionnels du
tourisme ne **connaissent**
pas la **réglementation**
relative à la mise à disposition
du Wifi à la clientèle

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Usages d'internet

Activités sur internet



→ L'ensemble des prestataires interrogés utilise internet pour la gestion de son activité touristique

→ L'usage du mail dans la relation client est devenu quasi systématique

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Zoom sur l'e-mail

71%

des professionnels du tourisme n'ont pas
d'**adresse e-mail personnalisée**

Contre 75%
en 2013

72%

des professionnels du tourisme **répondent**
en **quelques heures** à une **demande**
client par e-mail

Contre 57%
en 2013

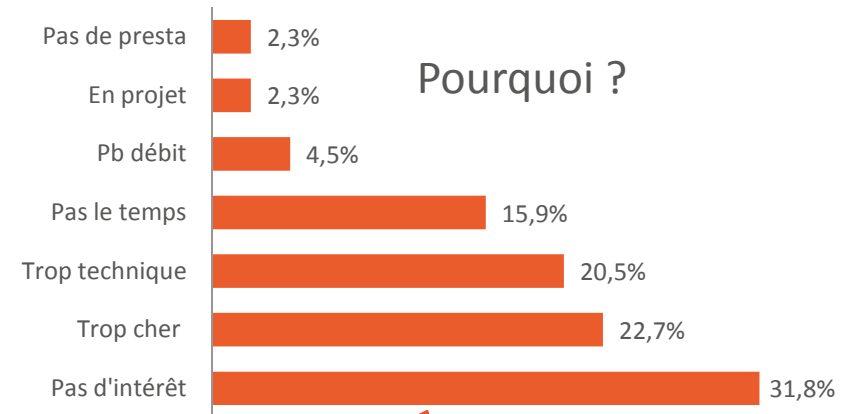
➔ Peu d'évolution dans la professionnalisation des e-mails mais une prise de conscience de la nécessité d'être réactif face aux demandes des internautes qui « zappent » s'ils n'obtiennent pas de réponse rapide

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Le site internet

21%
des professionnels du tourisme **n'ont pas**
de site internet

Contre 31%
en 2013



Disparités par type d'activités :

100% des hôteliers (89% en 2013), OT, sites de visite ont un site internet alors que seuls **53%** des loueurs de

Meublés et **60%** des prestataires de type « **produits locaux – savoir-faire** » en ont un

→ Un taux d'équipement très lié à la professionnalisation de l'activité touristique et au fait que cette activité peut être secondaire pour eux.

→ une progression de 10pts du taux d'équipement en sites internet des prestataires touristique. = Une belle progression mais qui cache de vraies marges de progrès.

→ Plus de 40% des prestataires non équipés expriment des freins liés au coût et à la technicité et 1/3 d'entre eux n'en voit pas l'intérêt.

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Un site internet : oui... mais de quoi parle-t-on ?

Date Version du Site

Taux de réponse : 73,6%



Total

Idem 2013

42%
des sites internet des professionnels
du tourisme ne sont mis à jour
qu'une fois par an

Idem 2013
(45%)

Fréquence d'analyse de la fréquentation

Taux de réponse : 71,7%



Total

Contre 53% en
2013

➔ Beaucoup de sites web anciens et vitrines = qui ne sont pas utilisés de manière dynamique comme un réel outil de travail permettant de séduire, d'informer et de vendre

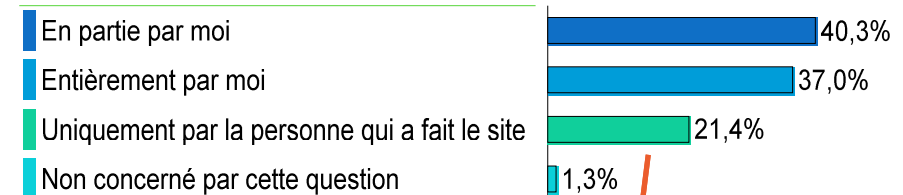
Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Un site internet : oui... mais de quoi parle-t-on ?

Cela peut traduire une qualité et une performance très variables en fonction de compétences du prestataire touristique

Qui gère et met à jour le site

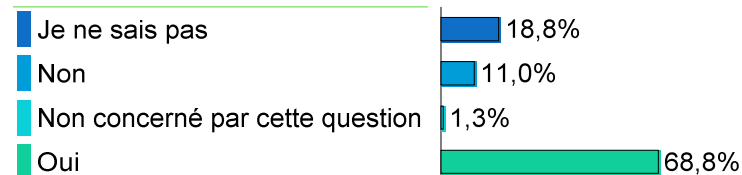
Taux de réponse : **72,6%**



Total

Site adapté smartphone

Taux de réponse : **72,6%**



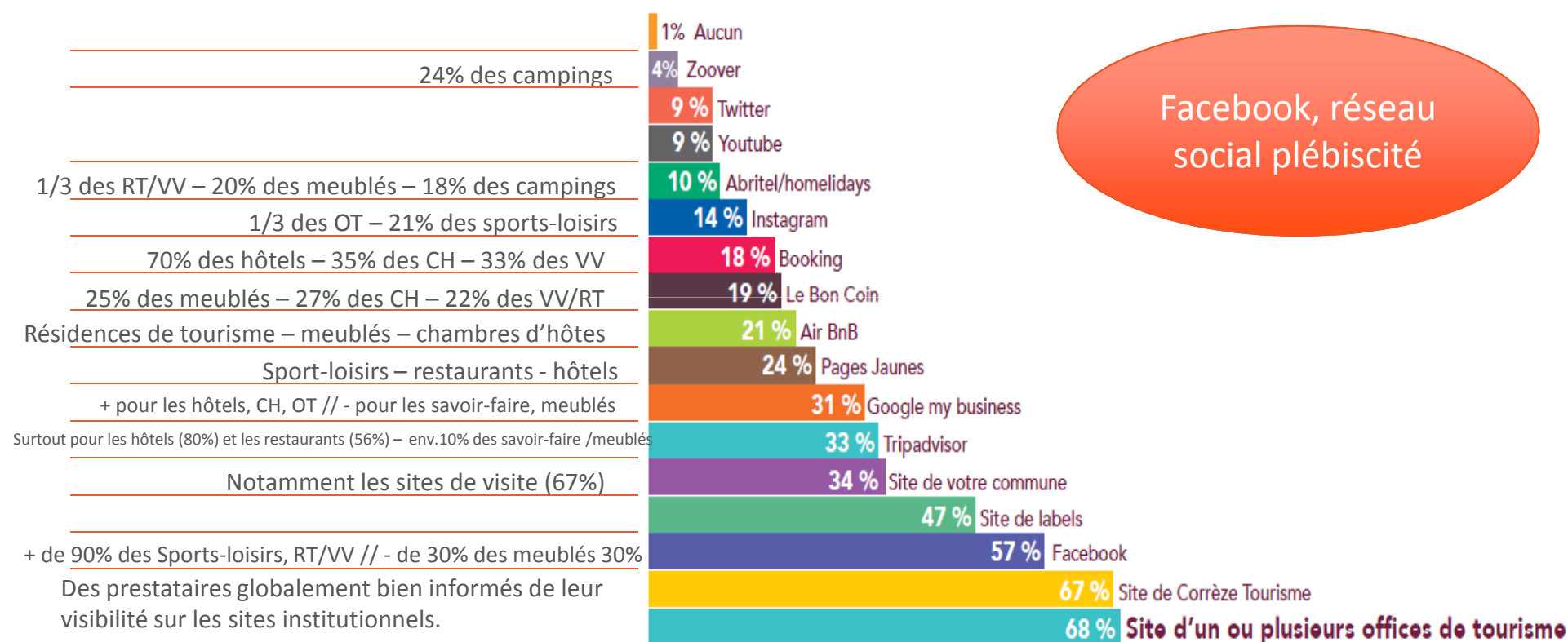
Total

Une dépendance limitée vis-à-vis des prestataires web

67% des français se connectent avec un mobile et 44% avec une tablette

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Visibilité sur le web : sur quels sites les prestataires sont-ils présents ?



→ Une promotion multicanal : En moyenne un prestataire touristique est présent sur 4 à 5 sites différents

→ Des spécificités fortes liées aux secteurs d'activités

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Visibilité sur le web : Gestion de la E-réputation

73%

des professionnels du tourisme
prennent régulièrement
connaissance des avis clients
les concernant sur internet

Contre 36%
en 2013

63%

des professionnels du tourisme
incitent leurs clients à **laisser**
leurs **commentaires** sur les
sites d'avis et **y répondent**

Contre 25%
en 2013

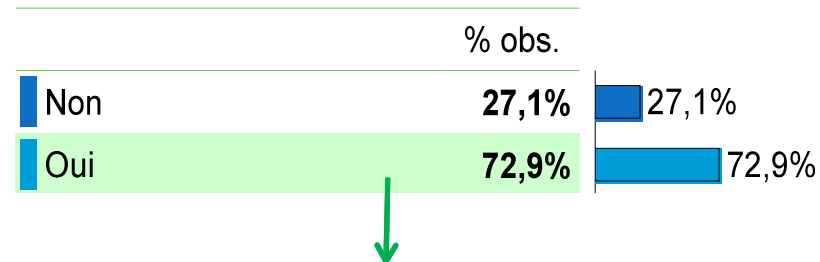
➔ Une prise de conscience de l'importance des avis dans le mode de consommation des clientèles

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Commercialisation en ligne : le planning de disponibilité

Votre planning de disponibilités est-il présent sur Internet et par quel moyen ?

Taux de réponse : **93,9%**



80% l'affichent sur un site de vente en ligne
51% l'affichent sur leur propre site internet

81% des hébergeurs affichent leur planning en ligne

Contre 73% en 2013

➔ Les prestataires et particulièrement les hébergeurs ont pris conscience de la nécessité d'afficher leur planning en ligne mais ils ne le font pas encore systématiquement sur leur propre site internet !

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Commercialisation en ligne : la vente en ligne

58%
des professionnels du tourisme
ne proposent pas le **paiement**
de la **réservation en ligne**

Contre 73% en
2013

→ Ceux qui vendent le moins en ligne : savoir-faire, Sites de visite, Sport Loisirs

NB : enjeu fort lié à l'avènement des connexions mobiles car les ¾ des actions réalisées suite à une recherche sur mobile se font dans l'heure qui suit !

→ Ceux dont les sites web sont les plus marchands : les hôtels

→ Ceux qui vendent le plus par des intermédiaires : les locations meublés et dans une moindre mesure les villages de vacances/ Résidences de tourisme

Réservation payable en ligne, Secteur Activités

	Non	Oui, sur mon site internet	Oui, via un site de vente en ligne
Artisan d'art / Agriculteur / Visite d'entreprise	77,8%	22,2%	0,0%
Camping	58,8%	29,4%	11,8%
Chambre d'hôte	59,5%	21,6%	18,9%
Hôtel	20,0%	70,0%	10,0%
Location/meublé	50,7%	9,9%	39,4%
OT			
Restaurant	75,0%	25,0%	0,0%
Site de visite	92,9%	7,1%	0,0%
Sports loisirs	73,3%	20,0%	6,7%
Villages vacances / Résidence de tourisme / hébergement collectif	44,4%	33,3%	22,2%

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

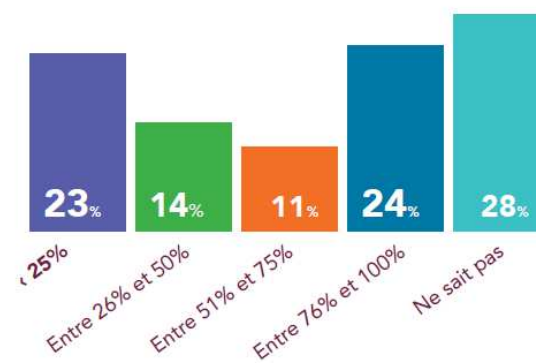
Commercialisation en ligne : Part de la vente en ligne dans le CA

% CA généré par vente en ligne, Secteur Activités

	< 25%	Entre 26 et 50%	Entre 51 et 75%	Entre 76 et 100 %	Je ne sais pas	Total
Artisan d'art / Agriculteur / Visite d'entreprise	44,4%	0,0%	0,0%	0,0%	55,6%	100,0%
Camping	17,6%	17,6%	17,6%	23,5%	23,5%	100,0%
Chambre d'hôte	24,2%	12,1%	9,1%	30,3%	24,2%	100,0%
Hôtel	44,4%	33,3%	11,1%	11,1%	0,0%	100,0%
Location/meublé	11,5%	9,8%	14,8%	36,1%	27,9%	100,0%
OT						100,0%
Restaurant	16,7%	8,3%	8,3%	0,0%	66,7%	100,0%
Site de visite	37,5%	12,5%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Sports loisirs	45,5%	36,4%	0,0%	0,0%	18,2%	100,0%
Villages vacances / Résidence de tourisme / hébergement collectif	33,3%	11,1%	0,0%	44,4%	11,1%	100,0%
Total	23,1%	13,6%	10,1%	24,3%	29,0%	

Part des ventes en ligne (en % du chiffre d'affaire)

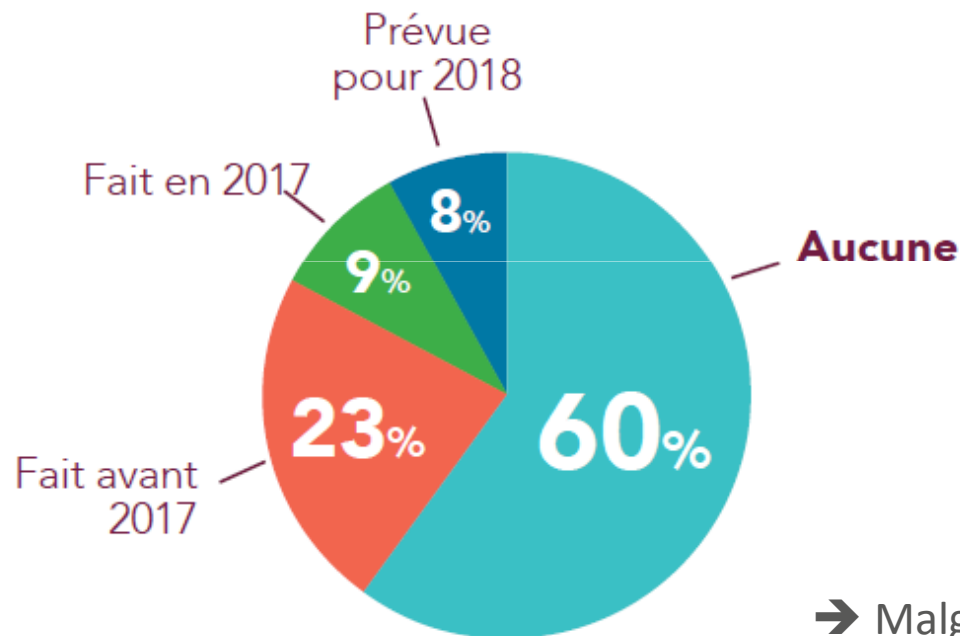
➔ Au vu des pratiques des consommateurs, grosses marges de progrès dans la part de la vente en ligne dans le CA des prestataires touristiques



Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Perspectives et attentes des professionnels vis-à-vis du numérique

Formation numérique suivie ou envisagée

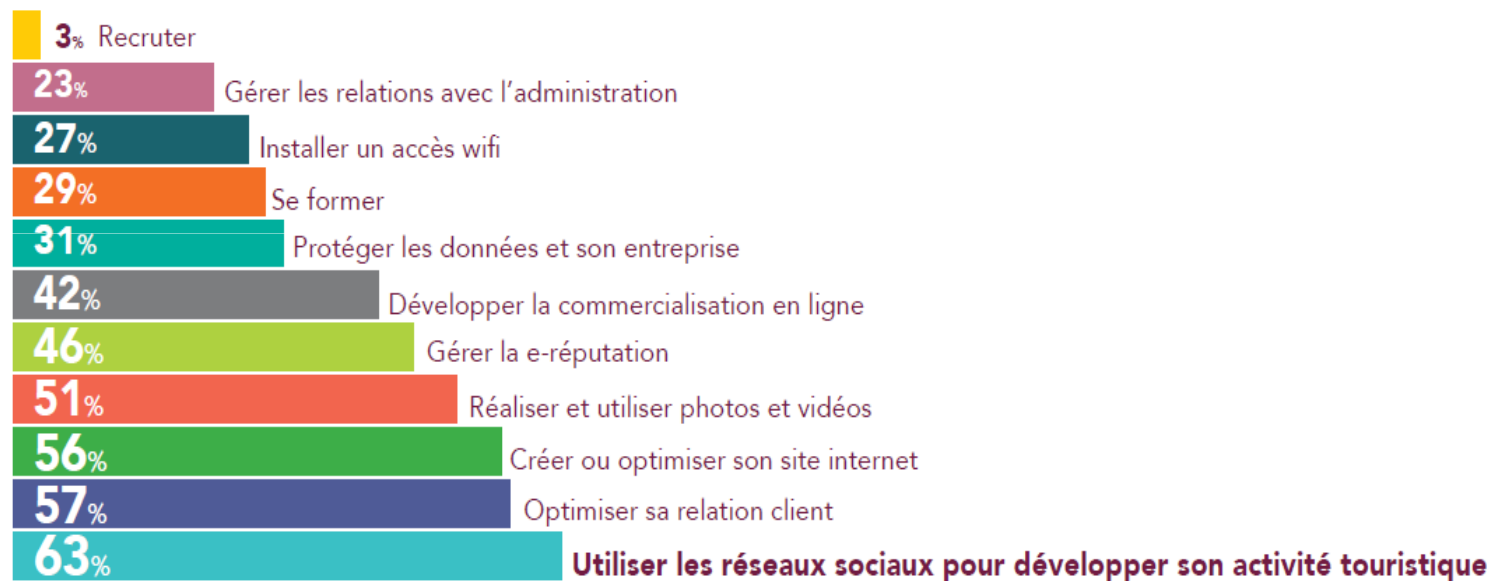


➔ Malgré une certaine prise de conscience des enjeux du numérique dans le secteur du tourisme et une faible spécialisation dans le domaine, les professionnels se forment peu sur le sujet.

Analyse des résultats de l'enquête Tourisme

Perspectives et attentes des professionnels vis-à-vis du numérique

Le numérique : pour quoi faire ?



- ➔ Les réseaux sociaux perçus comme une priorité pour les prestataires touristiques
- ➔ Des attentes potentiellement en décalage avec les priorités identifiées : site web responsive, vente en ligne, e-réputation, etc.