

Selon une étude Harris Interactive, Booking.com est le site de réservation préféré des Français et des hôteliers

Réalisée en novembre, l'étude mesure l'opinion des Français et des hôteliers à propos des sites de réservation en ligne, interrogeant leurs usages et leur perception.

Malgré une notoriété moins forte que ses concurrents, Booking.com bénéficie d'une meilleure image auprès des consommateurs comme des hôteliers.

Une démarche de transparence qui remet le consommateur au centre

A l'heure où la France se mobilise pour renforcer son attractivité touristique dans le cadre des Assises du Tourisme, **Booking.com a souhaité contribuer de manière constructive aux échanges en donnant la parole aux acteurs du secteur de l'hôtellerie et en remettant le consommateur au centre des enjeux.**

Pour ce faire, Booking.com a confié à l'Institut Harris Interactive la réalisation de **deux études d'une ampleur inédite, visant à mesurer en toute transparence la notoriété des OTA¹, les usages des consommateurs et hôteliers, et la perception globale qu'ils en ont.** Riches d'enseignement, ces deux études ont été réalisées en novembre :

- auprès d'un échantillon représentatif des hôteliers (800 personnes interrogées),
- auprès d'un échantillon représentatif des Français (2000 personnes interrogées).

Booking.com : une notoriété moindre que ses concurrents mais une image plus positive

Il ressort de cette enquête que **Booking.com est le site de réservation en ligne dont la notoriété est la moins forte parmi les principaux sites testés** : seuls 44% des Français interrogés connaissent Booking.com, contre 71% pour Voyages-sncf.com, 60% pour Trivago.fr, 55% pour expedia.fr ou encore 50% pour Hotels.com.

Malgré cette faible notoriété, **Booking.com est le site qui bénéficie de la meilleure image auprès du grand public comme des hôteliers.** Une image d'autant plus positive lorsque les personnes interrogées sont utilisatrices du site. Ainsi :

- Les Français qui utilisent Booking.com lui accordent une note moyenne de 6,5/10 (contre 6,2/10 pour Voyages-sncf.com, 6/10 pour Hotels.com, 5,8/10 pour Expedia.fr).
- Les hôteliers qui utilisent Booking.com lui accordent une note moyenne de 6/10 (contre 4,2/10 pour Hotel.com, 4,1/10 pour Expedia, 3,4/10 pour Voyages-sncf.com).

Les sites internet des hôtels devant les OTA, Booking.com premier pour les réservations

Internet constitue bien le premier mode de réservation hôtelière, mais les Français réservent avant tout sur le site de l'hôtel (51%) : seuls 41% des Français réservent par le biais d'une agence de réservation en ligne, et ils ne sont que 10% à s'adresser à une agence de voyage traditionnelle.

Parmi les principaux sites de réservation testés, Booking.com est le plus utilisé pour réserver un hébergement et le seul pour lequel cette fonction est en tête des usages. Ainsi 21% des Français interrogés ont déjà utilisé Booking.com à cette fin (contre 12% pour Voyages-sncf.com, 11% pour Hotels.com et 8% pour Expedia).

Globalement, pour les Français, **les agences de réservation en ligne, hormis Booking.com donc, servent avant tout à recueillir et comparer des informations sur les hébergements** : 63% utilisent une OTA pour se renseigner, 54% pour réserver, et 45% y vont tout simplement pour trouver une idée de lieu de vacances ou de week-end.

¹ « Online Travel Agency »

Hôteliers et consommateurs considèrent que les OTA ont un impact positif

Selon les Français et les hôteliers, **les sites de réservation d'hébergement en ligne ont une incidence positive pour les consommateurs comme pour le secteur de l'hôtellerie.**

Pour les consommateurs :

- 81% des Français et 89% des hôteliers pensent qu'ils sont faciles à utiliser,
- 79% des Français et 76% des hôteliers estiment qu'ils permettent de mieux s'informer et de réaliser un choix optimal,
- **69% des Français et 51% des hôteliers estiment qu'ils offrent des tarifs compétitifs.**

Pour le secteur de l'hôtellerie :

- **77% des hôteliers estiment qu'ils contribuent à augmenter les réservations, le taux de remplissage et le chiffre d'affaires des établissements.**
- pour 91% des hôteliers, ils permettent d'accroître la visibilité des établissements, notamment auprès de la clientèle étrangère,
- pour 79% des hôteliers, ils ont permis au secteur de s'adapter aux nouveaux modes de consommation.

Un besoin de transparence exprimé par les Français et les hôteliers

L'un des principaux enseignements de l'étude réside dans **le souci de transparence exprimé par les hôteliers comme par les Français. En effet :**

- une petite majorité d'hôteliers (53%) jugent les OTA moins transparents dans leur fonctionnement que les autres modes de réservation,
- un tiers des Français environ (32%) partagent le même avis.

En conclusion, Olivier Bisserier, directeur financier de Booking.com et porte-parole pour la France, déclare :

« Ces deux sondages sont très positifs puisqu'ils placent Booking.com comme le site de réservation préféré des Français et des hôteliers. Arrivé relativement tard sur le marché français, en 2004, Booking.com dispose par ailleurs d'une forte marge de progression sur le marché, sa notoriété étant encore moindre que celle de ses concurrents. D'autre part, cette étude démontre l'efficacité du modèle de Booking.com dans sa capacité à faire se rencontrer une offre et une demande, puisqu'il apparaît comme le site le plus susceptible de convertir une visite en réservation. »

Enfin, notre attention est attirée sur le besoin de pédagogie sur notre métier et notre présence, bien que notre contribution soit perçue comme positive. Nous avons l'intention d'y consacrer du temps au cours des mois à venir, la maîtrise des nouveaux usages via internet étant fondamentale pour le dynamisme d'un secteur en pleine évolution. »

Pour Booking.com, **cette volonté de pédagogie se traduira notamment par :**

- Un renforcement de sa présence auprès de ses partenaires hébergeurs sur le territoire, notamment à travers ses implantations locales fournissant une assistance technique et commerciale et des programmes de formations. Les équipes de Booking.com en France, qui comptent actuellement 470 salariés à temps plein, seront ainsi renforcées au cours de l'année 2014.
- Une mise à disposition de son expertise au service des acteurs du secteur du tourisme et de l'hôtellerie ainsi que des acteurs publics. Booking.com espère ainsi contribuer activement aux débats et consultations organisés dans le cadre des Assises du tourisme.

Enquêtes réalisées en ligne du 4 au 15 novembre 2013 auprès de 2000 répondants représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus selon la méthode de quotas et redressement appliquée aux variables sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e) ; et par téléphone du 4 au 25 novembre 2013 auprès d'un échantillon de 800 hôteliers, représentatif des hôteliers Français selon la méthode de quotas et redressement appliquée aux variables région d'implantation, taille, type et catégorie de l'hôtel.

**Les résultats complets de l'enquête
sont disponibles en ligne à l'adresse suivante :
<http://www.harrisinteractive.fr/news/2013/10122013.asp>**

À propos de Booking.com

Booking.com est une entreprise d'origine néerlandaise dont le siège et les activités sont basés à Amsterdam depuis sa création en 1996. Leader de la réservation d'hôtel en ligne et des services internet aux hébergements de tourisme, la société exploite une plateforme de réservation qui propose aux consommateurs de comparer et choisir parmi 360 000 solutions d'hébergement professionnel à travers le monde. Booking.com est présente en France depuis 2004 à travers deux filiales (Booking.com SAS et Booking.com Customer Service SAS), 6 bureaux et un centre de service client international et emploie 470 salariés à temps plein. Le site de Booking.com donne accès à près de 30 000 hébergements professionnels partenaires en France.

Contacts presse

Mathieu COLLET : M. +33 6 11 08 19 93 / mathieu.collet@eurosagency.eu

Emilie LACAPE : M. +33 6 63 32 24 53 / emilie.lacape@eurosagency.eu