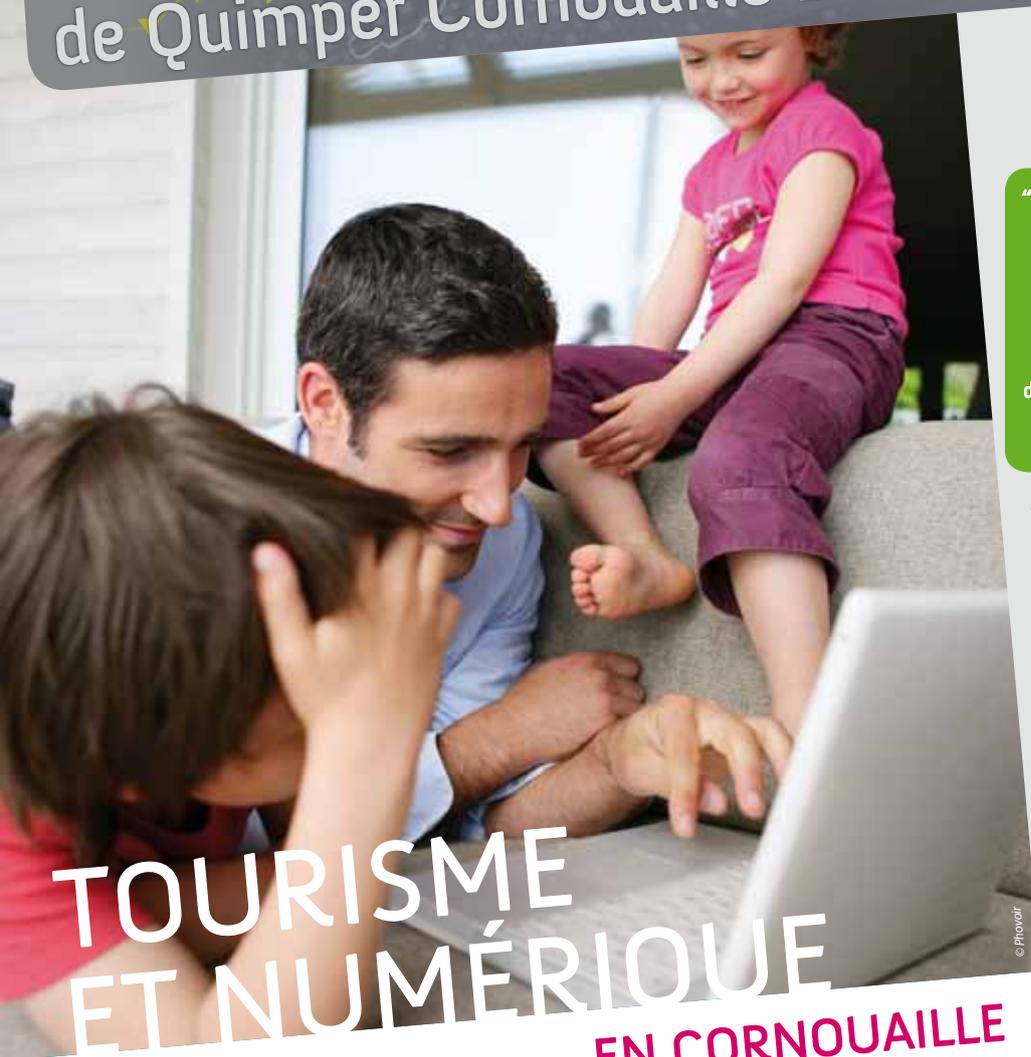


La lettre d'info

de Quimper Cornouaille Développement

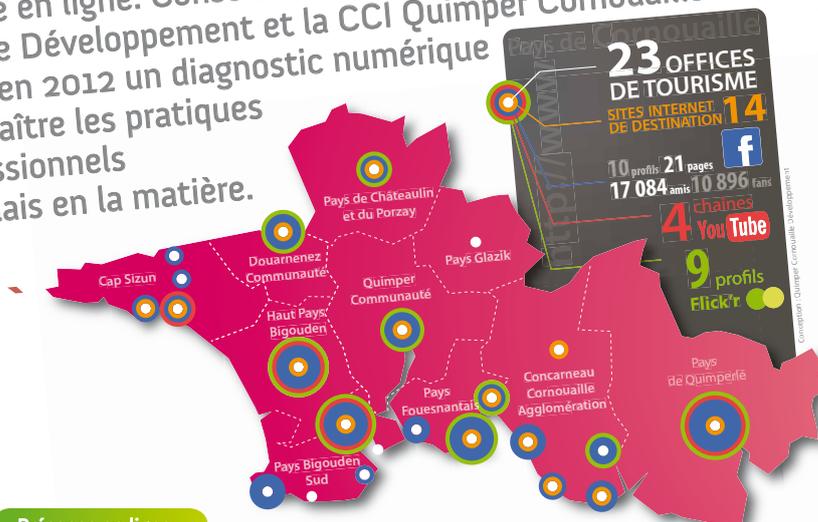
DOSSIER
SPÉCIAL

NOVEMBRE 2012



TOURISME ET NUMÉRIQUE EN CORNOUAILLE

L'évolution des outils, usages et contenus numériques (smartphone, tablette, réservation en ligne, site Internet mobile, médias sociaux, site d'avis...) a très tôt impacté la filière touristique. Aujourd'hui, 58 % des touristes préparent leur voyage en ligne. Conscients de cet enjeu, Quimper Cornouaille Développement et la CCI Quimper Cornouaille ont mené en 2012 un diagnostic numérique pour connaître les pratiques des professionnels cornouillais en la matière.



Présence en ligne

“ Quimper Cornouaille Développement, moteur du développement du e-tourisme en Cornouaille.”

Roger Le Goff,
président de la Commission tourisme
de Quimper Cornouaille Développement,
président de la communauté de
communes du Pays Fouesnantais



Quimper Cornouaille Développement intègre depuis 2011 un pôle tourisme, dont une partie des missions est axée sur le e et m-tourisme. Le e-tourisme, pour Internet, et m-tourisme, pour les outils mobiles, est la déclinaison numérique de l'action des institutionnels et prestataires privés du tourisme. Elle devient une composante stratégique de leurs métiers du fait de l'usage grandissant des médias numériques.

Quimper Cornouaille Développement s'engage depuis 2 ans avec son partenaire, la CCI Quimper Cornouaille, à accompagner et conseiller les acteurs du tourisme sur cette évolution majeure de l'économie touristique: conférences animées par des experts, ateliers pratiques en plusieurs lieux de Cornouaille, accompagnements individualisés.

Le diagnostic numérique du territoire mené cet été auprès de tous les prestataires montre à quel point la présence, la communication et la vente par Internet sont devenues un enjeu important voire primordial. Ce diagnostic, dont nous vous présentons ici les principaux enseignements, donne aussi un état des lieux de l'avancement numérique en Cornouaille. Il servira de guide de progression pour les années à venir. Il va également permettre d'adapter le programme d'accompagnement de QCD et de la CCI pour, ensemble, faire avancer la « Destination Cornouaille » au sein de la Bretagne et du Finistère. En tant qu'élus, nous nous devons de suivre au plus près les évolutions numériques dans l'économie touristique, afin, sinon d'être pionniers, au moins de ne pas être en retard.

Quimper
Cornouaille
Développement

www.quimper-cornouaille-developpement.fr

TOURISME ET NUMÉRIQUE EN CORNOUAILLE

77 %

des prestataires touristiques ont un **site Internet**

Hôtels



100 %

Chambres d'hôtes

Campings



97 %

Gîtes et meublés



59 %

estiment qu'il est important de consacrer du temps au web. Ces prestataires ont une plus grande visibilité sur ce média que la moyenne.



83 %



67 %



Mais moins de

27 %

ont une stratégie précise.

Les données du diagnostic sont présentées autour des attentes du client : avant, pendant et après le séjour. Rêver, planifier, réserver, vivre une expérience et la partager sont les principales étapes du cycle du voyageur. Observons quelles sont les pratiques des professionnels du tourisme en Cornouaille, au regard de ces attentes !



14 %

envoient un **e-mail** à leurs clients pour leur proposer de laisser une appréciation sur un **site d'avis**

Partager

Le client apprécie de retrouver sur Internet des nouvelles de son lieu de vacances, il souhaite y partager ses expériences, donner son avis.

1 prestataire sur **3** utilise au moins un **média social**



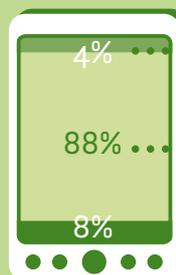
Diagnostic mené avec l'étroite collaboration de l'Agence Ouest Cornouaille Développement (AOCD), l'agence de promotion touristique Presqu'île de Crozon et Châteaulin-Porzay, les offices de tourisme de l'Aulne et du Porzay, de Quimper Communauté, les communautés de communes et d'agglomération de Concarneau Cornouaille, Pays Fouesnantais, Pays de Quimperlé, Pays Glazik ainsi que de Nautisme en Finistère.

Séjourner

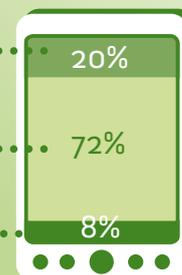
Le client est connecté plus de 2h30 par jour. Il a besoin d'une connexion Internet sécurisée sur des sites touristiques. Il souhaite accéder à des contenus notamment depuis un smartphone ou une tablette pour s'occuper pendant son séjour.

Affichage sur mobiles

Sites Internet des **Offices de tourisme**



Sites Internet des **prestataires touristiques**



Sites non-optimisés

Affichage condensé

Ergonomie spécifique

60 %

des prestataires

proposent à leurs clients un **accès Internet**



Rêver

Le client imagine ses vacances, se projette dans des situations de détente ou de loisir. Pour cela il consulte en moyenne 20 sites Internet. Il recherche des photos, des vidéos, des conseils d'amis sur les réseaux sociaux.

Pour les **3/4** des sites observés, les principales bonnes pratiques de **référencement** ne sont pas appliquées



36 % ont des **photos** de mauvaise qualité ou mal présentées

1 prestataire sur **3** utilise au moins un **média social**



85 %

des **offices de tourisme** utilisent au moins un **média social**

28200 fans et amis



450 "en parlent"

2200 "étaient là"



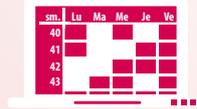
facebook est celui qu'ils utilisent le plus

Planifier

Le client a choisi sa destination, son hébergement. Il a besoin d'informations pratiques : disponibilités, itinéraire, activités à faire...

42 %

affichent leurs **disponibilités**



63 %

des sites ne sont pas **traduits**



83 %

ne suivent pas leur **e-réputation**



Réserver

Le client peut réserver à tout moment à condition d'être rassuré sur la sécurité du paiement en ligne. Il souhaite recevoir un mail de confirmation et de complément d'information.

48 %



Hôtels

46 %



Campings

8 %



Chambres d'hôtes

4 %



Gîtes et meublés



Part des structures proposant la **vente et le paiement en ligne**

84 % des professionnels touristiques ont une

adresse e-mail non-professionnelle



Hôtels

56 %



Campings

57 %



Chambres d'hôtes

86 %



Gîtes et meublés

97 %

MÉTHODOLOGIE

Ce diagnostic a été mené en 2 phases de mai à octobre 2012 :

- Un questionnaire a tout d'abord été adressé par email à près de 2000 acteurs touristiques de Cornouaille début juillet et début septembre (hébergements, activités culturelles et de loisirs, restaurants...). 310 réponses au questionnaire soit 15,7 % de l'offre touristique.
- Une évaluation d'environ 350 sites Internet de prestataires choisis selon un panel représentatif de l'offre et l'observation de la présence en ligne des offices de tourisme. Des retours d'expérience ont également été recueillis auprès de 13 professionnels ayant assisté aux rendez-vous e-tourisme.

Le point de vue de... Guy Diquelou



Guy Diquelou,
Président de la
commission Tourisme
de la CCI Quimper
Cornouaille et membre
de la Commission
Tourisme de la CCI
Bretagne

Les actions e-tourisme sont menées conjointement entre la CCI Quimper Cornouaille et Quimper Cornouaille Développement (QCD). Quel est l'enjeu de ce partenariat ?

L'e-tourisme est un secteur qui évolue très vite, il devenait nécessaire de proposer un programme d'actions afin que les professionnels se retrouvent et puissent être informés des évolutions du web. Nos deux structures ont des compétences e-tourisme complémentaires et nous partageons une même ambition : renforcer la présence de la Cornouaille sur Internet et faciliter la mise en réseau des acteurs du territoire.

Quels sont les résultats du diagnostic des pratiques numériques dans le tourisme en Cornouaille réalisé avec QCD ?

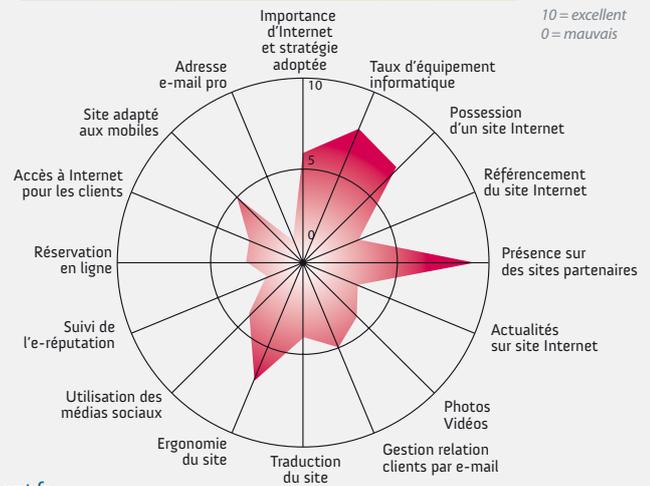
Ce diagnostic permet d'avoir une vision claire des pratiques des professionnels et de leur degré d'information sur ce sujet. Les résultats révèlent que les acteurs du tourisme ont largement investi le web dans leur activité. Pour autant, seulement 27 %

d'entre eux ont adopté une stratégie marketing web ciblée. Les outils sont là, mais pour générer une réelle valeur ajoutée ils nécessitent d'être mieux maîtrisés !

Vous-même dirigeant de plusieurs établissements d'hôtellerie restauration, quels conseils donneriez-vous ?

Investir dans le numérique est désormais incontournable. La qualité d'un site web, la réservation et le paiement en ligne sont essentiels. Pour pérenniser nos établissements, ceux-ci doivent être visibles sur Internet par des moyens complémentaires à ceux employés par les sociétés de réservation. Afin d'obtenir des retours sur investissements, il me semble indispensable d'intégrer le web comme un véritable outil de vente. En la matière, faire les bons choix nécessite de s'informer et de prendre conseil auprès de professionnels.

Performance des prestataires touristiques cornouillais en matière de numérique



SYNTHÈSE

L'enjeu pour Quimper Cornouaille Développement et ses partenaires est de faire prendre conscience à l'ensemble des acteurs du tourisme de Cornouaille des attentes grandissantes des voyageurs en matière d'outils et contenus numériques.

Pour progresser, il s'agit souvent de choses simples que les prestataires touristiques peuvent appliquer eux-mêmes, sans être informaticien. Encore faut-il savoir par où commencer ! C'est pourquoi, QCD et la CCI ont mis en place, dès 2011, des programmes d'accompagnement pour les professionnels du tourisme : les Rendez-vous e-tourisme.

Si nous n'avons pas encore le recul nécessaire pour quantifier l'influence de ces Rendez-vous e-tourisme dans les résultats de ce diagnostic, nous pouvons

tout de même constater que les performances des prestataires qui y ont participé sont sensiblement meilleures que celles de ceux n'y ayant pas encore assisté.

Forts de ces constats, les 2 structures ont décidé de poursuivre ces accompagnements. Les résultats de ce diagnostic ont ainsi permis de préparer un nouveau programme d'ateliers et de conférences pour l'année 2013.

Programme des Rendez-vous e-tourisme 2013 disponible sur :

- www.quimper-cornouaille-developpement.fr
- www.quimper.cci.fr
- www.procornouaille.com



Points positifs

- L'équipement des professionnels en matériel informatique
- Des contenus de sites Internet qui correspondent globalement aux attentes des touristes
- Une bonne présence sur les sites de partenaires



Points de vigilance

- Les établissements n'ayant pas de site Internet
- La stratégie de présence en ligne, pour ne pas se disperser sur les nombreux outils disponibles
- Le nombre d'établissement possédant des noms de domaine liés à un fournisseur d'accès (Orange, Free, Wanadoo...)
- La qualité des visuels pour faire « rêver » le client
- La qualité des sites Internet sur les appareils mobiles, qui vont devenir les principaux outils de consultation Internet



Points à améliorer

- Le référencement naturel des sites en appliquant quelques règles simples et efficaces
- La réservation et le paiement en ligne sont aujourd'hui indispensables sur les sites Internet
- Le suivi de l'e-réputation : c'est-à-dire veiller à ce qui se dit sur son établissement sur les sites d'avis, y répondre et inciter ses clients à poster leur avis
- La gestion de la relation client par l'email, qui permet de garder des clients
- L'accès à Internet de façon sécurisée sur les lieux touristiques (hébergements, offices de tourisme, loisirs...)
- La présence sur les médias sociaux qui peuvent être de bons outils de fidélisation, voire de conquête de clientèle

www.quimper-cornouaille-developpement.fr



Quimper
Cornouaille
Développement

Immeuble Le Marygold
3 rue Pitre Chevalier - 29000 QUIMPER