

La publicité et les catalogues, déterminants dans le choix d'hôtel des Français

Bien choisir son hôtel est un premier pas vers un voyage réussi. De nombreux facteurs peuvent entrer en jeu lors de ce processus. Le comparateur de prix d'hôtels www.trivago.fr a demandé à plus de 4000 voyageurs lesquels les avaient le plus influencé pour sélectionner l'hôtel de leurs dernières vacances. Les résultats montrent qu'en 2009, les Français ont surtout privilégié les publicités et les catalogues pour dénicher le bon hôtel.

Paris, 14 octobre 2009. En 2009, en cherchant un hôtel pour leurs vacances, plus de la moitié des Français ont été influencés par les publicités et catalogues : 60 pour cent d'entre eux citent cette source comme étant la plus importante. Pour aucun autre pays européen, un facteur n'a été aussi déterminant. Loin derrière, seuls neuf pour cent d'entre eux nomment les guides de voyage comme principale source d'information pour trouver un hébergement. Les habitudes et une expérience antérieure réussie ont influencé huit pour cent des interrogés, avant même le prix, qui a été déterminant dans seulement six pour cent des cas. Les recommandations d'amis ont joué un rôle pour cinq pour cent des Français interrogés. Viennent ensuite, à chacun quatre pour cent, les avis d'autres clients déposés sur Internet, le nom de l'hôtel ou de la chaîne et les recommandations d'offices de tourisme locaux.

Dans les autres pays interrogés, les résultats sont sensiblement différents. Les espagnols sont les plus demandeurs de prix attractifs : fortement touchés par la crise économique, 45 pour cent d'entre eux nomment le prix comme étant le facteur le plus important pour réserver un hôtel. C'est également le cas des italiens : 34 pour cent d'entre eux ont désigné le prix comme étant le critère le plus important. 35 pour cent des Allemands, soit un tiers d'entre eux, a également surtout été influencé par le prix, juste devant les avis et les recommandations déposés en ligne par les internautes, qui s'élèvent à 27 pour cent. Ce dernier facteur a été le plus déterminant pour les Hollandais : 34 pour cent ont pris leur décision principalement à partir des comptes-rendus laissés par d'autres clients sur Internet. Du côté des Britanniques, c'est le guide de voyage qui caracole en tête : 45 pour cent font confiance à ces avis d'experts du voyage pour choisir leur hébergement, devant les publicités et les catalogues qui ont influencé 15 pour cent.

Le sondage en ligne « Qu'est-ce qui vous a le plus influencé dans le choix de votre hôtel pour ces dernières vacances ? » a été réalisé en août et septembre 2009 auprès de 4112 utilisateurs sur les sites trivago.fr, trivago.de, trivago.co.uk, trivago.es, trivago.it et trivago.nl.

Un graphique présentant les résultats du sondage est téléchargeable ici : http://imgpe.trivago.com/contentimages/press/images/choixhotels09_fr.png

Utilisation libre sous réserve de mention de la source www.trivago.fr

trivago : trivago permet aux voyageurs de trouver l'hôtel idéal au tarif le plus avantageux. Le site compare les tarifs hôteliers de 53 portails de réservations pour 400 000 hôtels dans le monde. trivago présente également 15 millions de critiques d'hôtels et indique pour chaque hôtel les évaluations d'utilisateurs de portails de voyages connus. trivago ne compare pas les prix des agences en ligne mais leurs tarifs. L'utilisateur voit immédiatement si le petit-déjeuner est compris, si la réservation est annulable et si une carte de crédit est indispensable pour effectuer sa réservation. trivago est le seul méta-moteur de recherche à disposer de l'option « recherche libre » : le terme de recherche peut aussi bien être une région touristique, qu'un nom de ville ou d'hôtel. La société trivago a été fondée en 2005 à Düsseldorf et exploite actuellement 19 plates-formes internationales.