

# Étude : Présence en ligne des professionnels du tourisme

Garder la main sur sa présence en ligne  
sans dépendre des plateformes.

SUR LA BASE DES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE RÉUSSIR AVEC LE WEB 2023





# Comprendre les pratiques numériques des professionnels du tourisme

## Qui sommes-nous ?

L'Afnic (Association Française pour le Nommage Internet en Coopération) est le gestionnaire historique des noms de domaine en .fr. L'État nous a confié et renouvelé la mission de gérer des extensions internet de premier plan, notamment le .fr, et d'accompagner la transformation numérique des entreprises françaises. Nous sensibilisons ainsi chaque année 20 000 micro-entreprises, TPE et PME aux enjeux d'une présence en ligne maîtrisée.

## Que faisons-nous ?

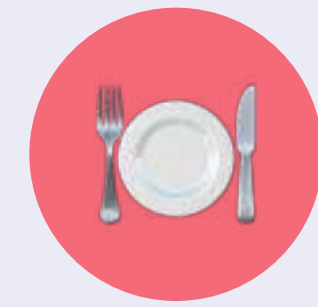
Depuis 2017, via notre dispositif « Réussir avec le web », nous collectons des données terrain pour mieux connaître la maturité numérique de nos entreprises et commerces. Nous proposons aux micro-entreprises, TPE et PME un autodiagnostic de leur présence en ligne. Utilisation du .fr, e-commerce, travail sur le référencement, publication de contenus... Tous les leviers de réussite sur le web sont questionnés. L'objectif ? Donner à voir leur maîtrise, leurs attentes et leurs préoccupations.

## Qui sont les professionnels du tourisme interrogés ?

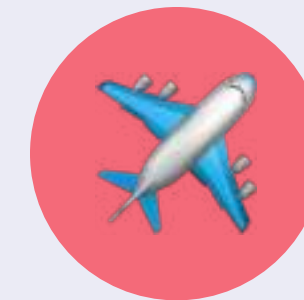
L'étude « Réussir avec le web » se fonde sur un panel représentatif de l'ensemble des secteurs d'activité. Les résultats présentés ci-après sont issus d'un échantillon composé de 986 micro-entreprises, TPE et PME du secteur touristique, représentatif de l'univers constitué selon la méthode des quotas. Les activités suivantes sont représentées :



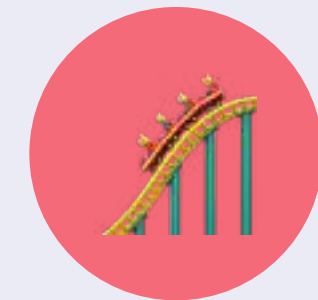
Hôtels, campings et tout le secteur de l'hébergement



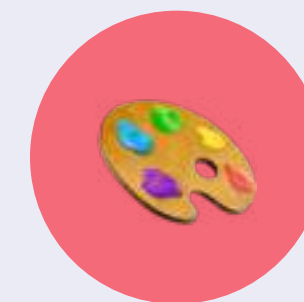
Restaurants : restauration rapide et libre-service, cafés, brasseries, pizzerias



Agences de voyage et entreprises du voyage



Parcs et activités de loisirs : location de canoé, accrobranche, randonnées, parcs animaliers...

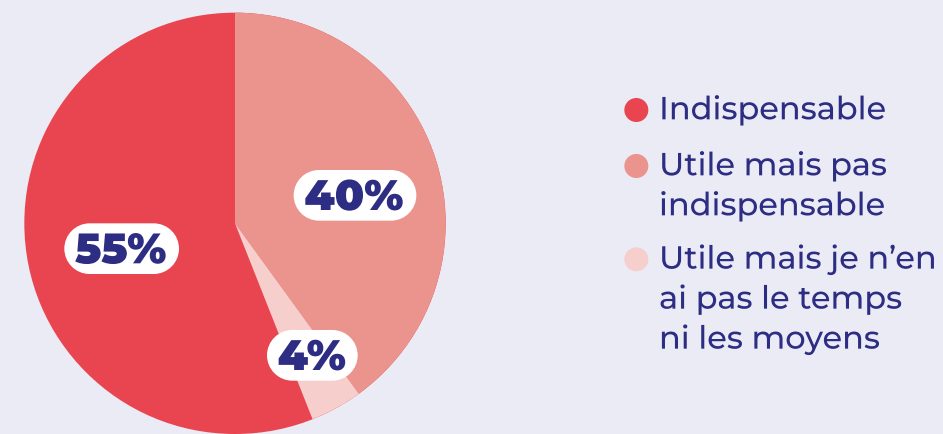


Artisans d'art dépendants de l'activité touristique : menuisiers, graveurs, verriers, potiers, modistes, couvreurs...

# Les professionnels du tourisme sont présents et visibles en ligne

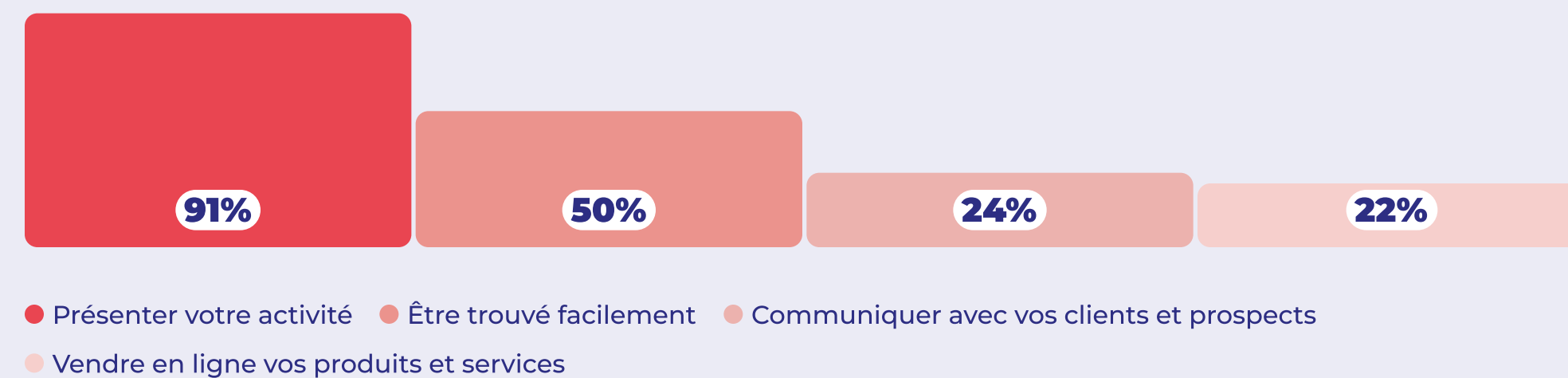
Les professionnels du tourisme sont présents en ligne et ont conscience de l'importance du numérique dans le développement de leur activité. Pour 95 % d'entre eux, être présent sur internet est indispensable ou utile.

**Pour votre activité, être sur internet c'est :**



Leur motivation principale est d'être visible. Principalement pour présenter leur activité (91 %), et être trouvé facilement (50 %) bien plus que pour communiquer (24 %) ou vendre en ligne (22 %).

**Pour vous, être sur internet, c'est avant tout pour :**



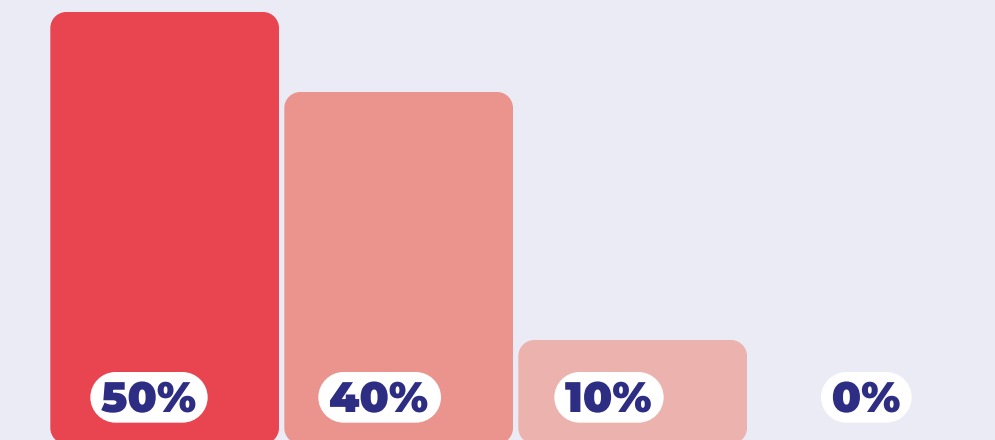
Sur les 77 % des micro-entreprises, TPE et PME interrogées qui ont un site internet, 81 % ont leur site parmi les premiers résultats dans les moteurs de recherche.

*« En comparaison avec les autres secteurs d'activité couverts par notre enquête, les professionnels du tourisme sont parmi les plus mobilisés sur les actions de référencement naturel, et payant. C'est tout à fait cohérent au regard du budget moyen alloué à leur présence en ligne, plus élevé que celui du panel global ».*

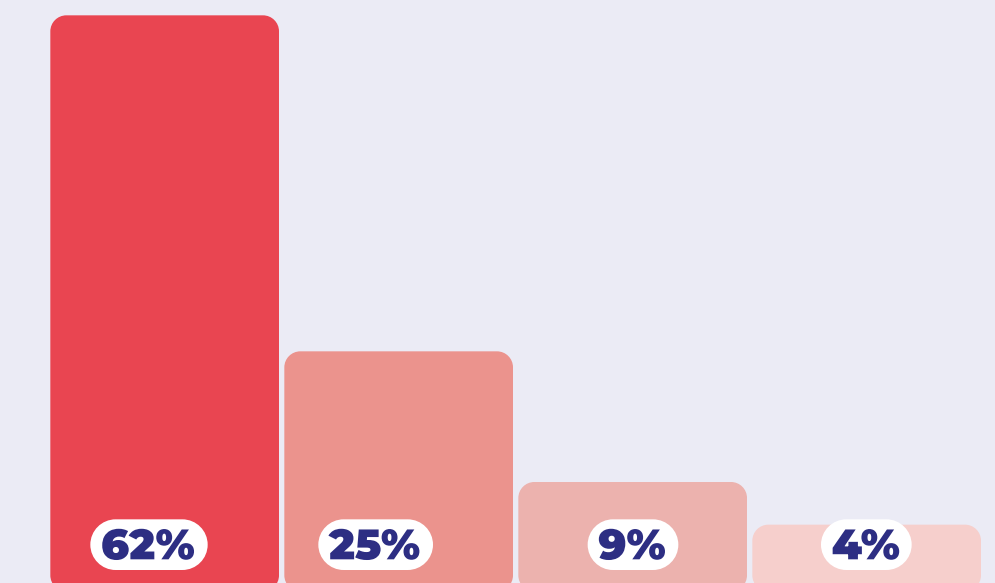
Loïc Damilaville  
Responsable des Études et de la Veille marché à l'Afnic

**Quel budget annuel moyen consacrez-vous à votre présence en ligne ?**

Panel tourisme



Panel global

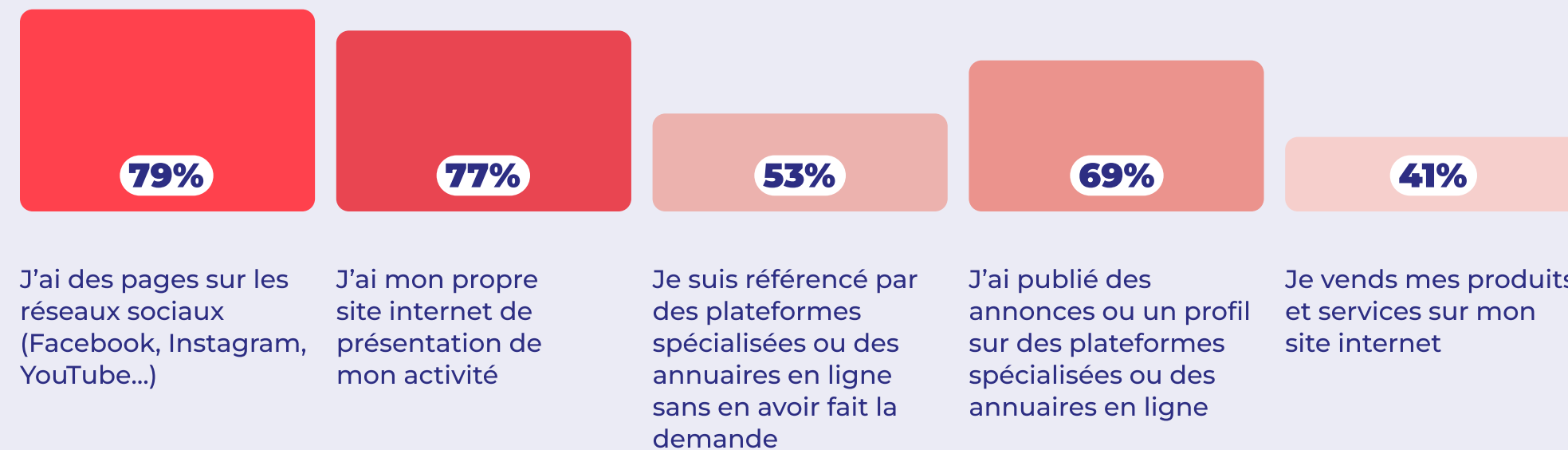


● Moins de 300€ par an  
● Entre 300 et 1000€ par an  
● Entre 1000 et 5000€ par an  
● Plus de 5000€ par an

# La dépendance aux plateformes de réservation en ligne

Seuls 41 % des répondants vendent directement sur leur site internet. Autrement dit, si les professionnels du tourisme développent leur propre site pour être visibles et référencés, ils comptent sur les plateformes pour réserver et vendre leurs prestations.

## Comment êtes-vous présent sur internet ?



« Ce qui est frappant, c'est de voir que 53 % des répondants sont référencés sur des plateformes sans en avoir fait la demande. Entre cette visibilité « offerte » par certaines plateformes et les services de réservation et de paiement en ligne proposés par d'autres, la tentation est grande de leur déléguer toute la partie commerciale ».

Loïc Damilaville  
Responsable des Études et de la Veille marché à l'Afnic

Si le recours aux plateformes de réservation en ligne est tentant, la dépendance à ces acteurs a des répercussions économiques conséquentes.

- Moins de liberté dans la fixation des prix, des conditions de vente et des disponibilités ;
- La délégation d'une grande partie de leur chiffre d'affaires, avec des commissions qui vont en s'augmentant ;
- Aucune protection quand les plateformes changent de politique tarifaire.

Utiliser le budget dépensé sur les plateformes pour investir durablement dans sa propre marque permet de retrouver de la liberté dans ses choix commerciaux et de construire une relation de confiance avec sa clientèle.

« Sur les plateformes, vous êtes locataire de l'espace. Ce n'est pas vous qui fixez les règles. Sur votre site internet, vous êtes propriétaire de vos contenus. Il n'y a pas de coûts cachés dans un site internet. Vous le mettez à jour, vous investissez du temps et des moyens, mais il n'y a pas de surprise ».

Loïc Damilaville  
Responsable des Études  
et de la Veille marché à l'Afnic



# L'importance d'une présence en ligne maîtrisée

La marque France est un atout indéniable en e-commerce, particulièrement pour la clientèle étrangère. Pourtant, les professionnels du tourisme interrogés utilisent moins le .fr que le panel global.

**46 %**

des répondants ont un nom de domaine en .fr

*« Le .fr est arrivé un petit peu plus tardivement sur le marché. Le .com avait déjà une certaine notoriété. De plus, certains ont opté pour des extensions régionales comme le .paris, le .corsica, le .bzh, ou encore le .alsace qui ont une très belle connotation territoriale ».*

Loïc Damilaville  
Responsable des Études et de la Veille marché à l'Afnic

## Pourquoi choisir le .fr ?

**Le .fr c'est l'excellence « made in France » reconnue dans le monde entier.**

Le .fr, c'est le choix de la confiance et de la sécurité : avec le .fr vos données personnelles sont hébergées en France. Soumis à l'application de standards techniques et sécuritaires avancés, c'est un gage de professionnalisme.

Le .fr vous permet de profiter gratuitement de parcours de formations complets et d'ateliers physiques ou en ligne animés par des experts du numérique.

En cas d'abus ou de litige sur votre nom de domaine en .fr, vous êtes encadré par les législations française et européenne et l'Afnic peut vous accompagner.

Le .fr est solidaire : une grande partie des bénéfices du .fr sont reversés par l'Afnic à sa Fondation pour la solidarité numérique (à hauteur de 1,3 million d'euros en 2022).



[contact@afnic.fr](mailto:contact@afnic.fr)



[afnic.fr](http://afnic.fr)