



Vinivi.com révèle les comportements des e-touristes : les internautes voyageurs sont contents et le font savoir

- A quelques semaines des vacances estivales, www.vinivi.com, site collaboratif d'avis de voyageurs, livre en neuf points les premières tendances comportementales des e-touristes francophones.
- Vinivi.com observe quatre tendances de fond:
 - Internet est devenu un passage obligé dans le choix de son hébergement de vacances,
 - Dans une large majorité, les voyageurs préfèrent partager leurs expériences heureuses,
 - Grâce aux recoupements des témoignages consultés, aux photos, aux cartes satellites et aux sites Internet des hôtels, les internautes sont de moins en moins des... 'pigeons voyageurs' !
 - Les professionnels ont compris l'intérêt des sites d'avis de voyageurs.

Paris, le 22 mai 2007 – Le vieil adage affirmant qu'on partage plus volontiers ce qui nous déplaît plutôt que ce qui nous plaît, est battu en brèche par les internautes !

Vinivi.com annonce en effet aujourd'hui les premières tendances chiffrées sur les comportements des e-touristes, d'après un échantillon de 10000 avis français recensés sur son site.

Lancé en septembre 2006, Vinivi.com permet à tous les internautes de partager leurs expériences de voyages à travers des notes et des commentaires sur les hôtels qu'ils ont fréquentés.

Fort de cette base d'informations, Vinivi donne les premières conclusions sur le comportement des internautes voyageurs.

- Le premier chiffre corrobore ceux de l'industrie touristique : **3 internautes sur 4, préparent leur voyage sur le net.**
- **72% des avis sont satisfaisants ou très satisfaisants** et seulement 15 % relatent des expériences malheureuses. « *En offrant un espace d'expression libre, Internet n'est plus seulement le lieu des plaintes mais au contraire, les voyageurs préfèrent partager ce qu'ils aiment. Pour les lieux passés en revue, c'est une prime à la qualité et sans doute la meilleure publicité possible !* » déclare Gilles Granger.
- **1 visiteur génère à son tour 3.4 visiteur** : le bouche à oreille Internet fonctionne très bien ! C'est ainsi que vinivi.com voit le nombre des contributeurs augmenter de 30% chaque mois.
- **Les e-touristes de vinivi.com consultent toujours un ou deux avis moyens ou négatifs** pour contrebalancer les avis positifs. Ils veulent savoir exactement où ils mettent les pieds : « *Avoir confiance dans le contenu des sites collaboratifs est la clé de la réussite, et pouvoir consulter des avis négatifs rassurent les internautes sur l'éthique des sites. De la même manière, en permettant de découvrir tous les avis écrits par un autre voyageur, en regardant son profil – voyage seul ou en famille, tranche d'âge, ses photos ou encore son blog – il est possible de s'identifier à celui qui a écrit l'avis.*



- **Les plus gros contributeurs déposent plus de 20 contributions.** La confiance s'instaure aussi parce que vinivi.com ne filtre pas les avis : « *Les voyageurs se rendent compte que tous leurs avis seront publiés et voient bien que le site n'est pas un site marchand, et est réellement indépendant !* » ajoute Gilles Granger. « *La diversité des menus proposés contribue de façon importante aussi à l'enrichissement des informations par les internautes : cartes, photos prises par les voyageurs eux-mêmes, blogs des internautes, accès aux sites web officiels des hôtels.* »
- **Les hôteliers jouent le jeu : Une seule tentative de fraude a été observée** (et dénoncée) par vinivi.com depuis la création du site en septembre 2006 (http://www.vinivi.com/fr-Hotel-Centre-Maroc-r1162-Avis-Hotel_Restaurant_Draa.aspx) ; la plupart des hôteliers se prête à la critique, voire impriment les avis pour les montrer lors des réunions d'évaluation. Vinivi.com permettra bientôt aux hôteliers d'entrer en contact avec les internautes. Dans l'esprit des consommateurs, les sites proposant des avis de consommateurs et ne vendant pas de prestations hôtelières **sont plus crédibles** que ceux qui réalisent des ventes directes, car l'existence d'un contrat de distribution permet à un hôtelier de demander le retrait d'un avis qui lui est défavorable.
- **Les classiques font recette : 25% d'avis concernent la France** (le français est la langue d'origine de Vinivi.com) ; suivent les avis sur la Tunisie, le Maroc et l'Espagne. Pour le reste des pays, la répartition est éparse avec une prédominance de l'océan indien (région dans laquelle Vinivi.com a démarré son activité). 93% des consultations portent sur l'hôtellerie pour seulement 4% sur les chambres d'hôtes.
- **42% des internautes indiquent la localisation exacte des hôtels** : Alors qu'il est souvent difficile de trouver le site web officiel d'un hôtel ou de connaître sa localisation géographique précise, vinivi.com permet aux internautes de partager cette information. C'est ainsi que 42% des informations sont fournies directement par les voyageurs, Il n'est ainsi pas rare de recevoir des e-mails avec des photos satellites indiquant l'emplacement exact d'une chambre d'hôtes.
- **Une population variée** : 36 % des contributeurs de Vinivi a entre 31 et 40 ans, 11% 51 ans et plus et la même proportion est présente chez les jeunes de 17 à 25 ans. Il semble que les fameux baby-boomers ont pris Internet en main ; ce sont par ailleurs les plus gros consommateurs de voyages.

« *En conclusion, déclare Gilles Granger, Internet est bel et bien en train de modifier en profondeur les habitudes de consommation du tourisme et Vinivi.com veut devenir un acteur clé de cette lame de fond. L'internaute voyageur ne peut plus être considéré comme la boîte aux lettres brochures de voyagistes et des chaînes hôtelières. Il est celui qui commence dicter ses choix au marché !* »

A propos de vinivi.com

Fait par et pour les voyageurs, libre d'accès, vinivi.com est à la fois le guide et le carnet de voyage Internet des voyageurs. Indépendant, Vinivi est le premier site Internet francophone d'avis de voyageurs sur les hôtels et les chambres d'hôtes du monde entier. Vinivi.com utilise les cartes interactives Google Maps pour la localisation des lieux et permet de partager ses expériences à travers un contenu varié: blog, site personnel, album photos et prochainement vidéos. Son audience en pleine explosion et sa plateforme adaptée au marketing du tourisme font de vinivi.com un partenaire de choix pour les professionnels. www.vinivi.com