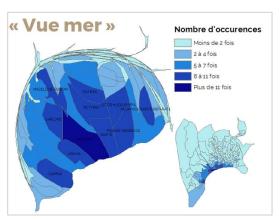




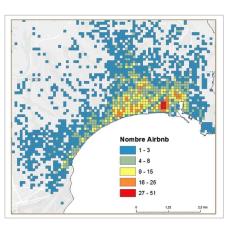
# ETUDE DE CAS DES SMARTS DESTINATIONS TOURISTIQUES EN PROVENCE-ALPES CÔTE D'AZUR

Sélection d'analyses du rapport d'études réalisé dans le cadre des ateliers professionnels de la promotion 2017 des Masters 2 Géo-Prospective, Aménagement et Durabilité des territoires (GEOPRAD) (sous la direction dir. K. Emsellem et C. Voiron)









**14 NOVEMBRE 2019** 



### **CONTEXTE ET CHAMP DE L'ÉTUDE**



- Depuis qq années, systèmes de distribution via Internet bouleversent l'organisation de la vente de produits touristiques (possibilité, sans se déplacer, d'accéder facilement à un large panel de destinations et de produits touristiques ; faire ses choix à partir de critères et d'informations de + en + précises) et la chaine de valeur traditionnelle séparant les producteurs des assembleurs de produits de voyage
- -En 15 ans, agences de voyage en ligne (OTA) devenues des acteurs incontournables : taux de pénétration de 60% aux USA et de 40% en UE
- -En Fr., sites de tourisme et guides de voyage en ligne rassemblent + de 15,2 millions d'internautes

Dans cette étude, distinction de 3 phases dans le concept de smart tourisme (préparation du séjour, séjour en tant que tel, post-séjour) où les propositions et implications ne sont pas les mêmes en termes d'outils, de contenus et d'objectifs

#### **SOMMAIRE DU RAPPORT**

- L'image de la région sur les sites de e-tourisme
   Les sites d'e-tourisme et leur fiabilité
   Les composantes emblématiques de la région sur ces sites
   Les images de la région et de leurs concurrences
- 2) Airbnb en région : Focus sur la ville de Nice
  Caractérisation de l'offre Airbnb à Nice
  Analyse sémantique de l'intitulé des annonces Airbnb
  Comparaison avec l'offre hôtelière traditionnelle
  Comparaison avec d'autres villes
- 3) L'offre numérique accompagnant le séjour touristique Internet fixe

Internet mobile

Internet fixe et mobile : les principaux manques





## L'ETOURISME, UN MARCHE EN PLEIN ESSOR!



Les 4 sites de voyage en ligne pris en compte dans cette étude (Ctrip, Tripadvisor, Cityzeum et MonNuage) participent à une révolution dans l'industrie du tourisme : la fin d'un modèle basé sur la confiance donnée aux experts professionnels et entreprises productrices de biens et services touristiques au profit d'intermédiaires.

#### POIDS DU MARCHÉ

## 18,7 milliards d'€

C'est le chiffre d'affaires du marché du voyage en ligne réalisé en 2015, soit une augmentation de +5 % par rapport à l'année précédente.



Nombre d'utilisateurs (millions)

Parmi les agences de voyages internationales en ligne (OTA), TripAdvisor et CTrip, le géant chinois sont en tête. Cityzeum est une plateforme proposant un guide des lieux et activités à télécharger tandis que MonNuage est un réseau social de voyageurs.

#### LES ALGORITHMES

C'est ce qui permet aux OTA de classer les hôtels, activités et restaurants dans les résultats de recherche. TripAdvisor, par exemple, prend en compte le volume d'avis reçus, la fraîcheur (s'ils sont récents ou anciens) et la qualité des avis (la note globale attribuée par les voyageurs).

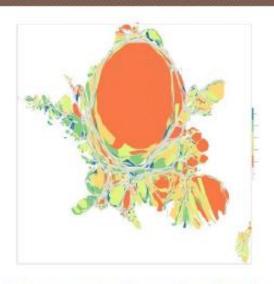
#### LA CONFIANCE ACCORDÉE AUX OTA



des clients consultent les avis avant de réserver, quand seulement 1 à 2 % des clients laissent des commentaires après un séjour dans un hôtel

> Source : UMIH (Union des Métiers et des Industries de l'Hötellerie.

#### LES COMMENTAIRES SUR TRIPADVISOR



Paris, et dans une moindre mesure la Côte d'Azur, sont surreprésentés en termes de pourcentage de commentaires postés par des Français.

Source: G. Chareyron, S. Cousin, J. Da-Rugna et S. Jacquot (2014).



# L'IMAGE DE LA RÉGION SUD A PARTIR DE 4 SITES : TRIPADVISOR, CTRIP, CITIZEUM ET MONNUAGE



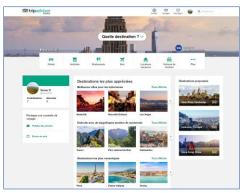
## 4 plateformes de partage de conseil et de promotion touristiques...



#### www.cityzeum.com cityzeum



www.tripadvisor.fr tripadvisor



### ... qui présentent des caractéristiques différentes...

	Nom	Année de création	Nb de membres (millions)	Avis voyageurs (millions)	Chiffre d'affaires (millions \$)
Avis et réservation de voyages en ligne	Ctrip	1999	250	45	1 200
	<b>™</b> tripadvisor*	2000	120	435	1 492
Information et partage des voyageurs	ci <mark>t</mark> yzeum		50	nr	0
	monnuage		2	nr	0

Sources: site des enseignes, yieldandtravel.com

### ... avec des modes de référencement propres :

Par exemple, TripAdvisor réalise son référencement en s'appuyant sur un algorithme intégrant comme variables principales la quantité, la qualité et l'ancienneté (recency) des notes mais également du profit attendu des hôtels et de la sponsorisation souhaitée...



# CARTOGRAPHIE DES HOTELS A NICE : TRIPADVISOR VS PETIT FUTE



Comparaison des 60 premiers résultats d'hôtels à Nice selon deux sources : Le Petit futé, TripAdvisor.

Concernant TripAdvisor, le site a tendance à privilégier les hôtels situés en centre-ville, tandis que le Petit Futé recommande des hôtels de manière plus dispersée sur le territoire.

Seuls 29 hôtels ressortent sur les deux sources (en jaune sur la carte).

→ la méthode de référencement de TripAdvisor concentre ses résultats dans les espaces les plus touristiques de la commune, tandis que le petit futé traite plus équitablement le territoire.





# UNE RÉPARTITION DES OFFRES D'HEBERGEMENT VARIABLES SELON LES SITES

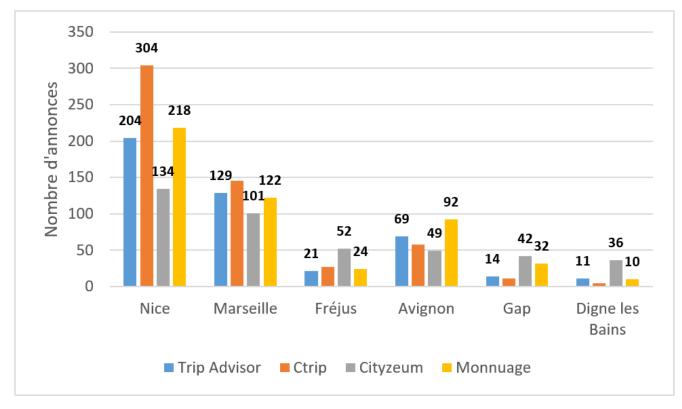


Avec des filtres de recherche identiques sur les 4 plateformes, les résultats sont différents selon les plateformes :

Pour la ville de Nice, les chiffres varient du simple au double Trip Advisor : de 304 pour Ctrip en propose 304 à 134 pour Cityzeum Pour Gap, de 42 pour Cityzeum à 11 pour Ctrip

### 2 elts d'explication avancés :

- 1- différences de clientèles des sites induiraient les modalités de référencement (Intérêt fort des chinois pour Nice)
- 2-Cityzeum et Monnuage référencent mieux les villes moins touristiques, par rapport à TripAdvisor et CTrip.



Nombre de référencements d'hébergement par sites web étudiés de certaines communes de la région



## L'OFFRE D'ACTIVITES TOURISTIQUES TRIPADVISOR DANS LES VILLES DE LA REGION



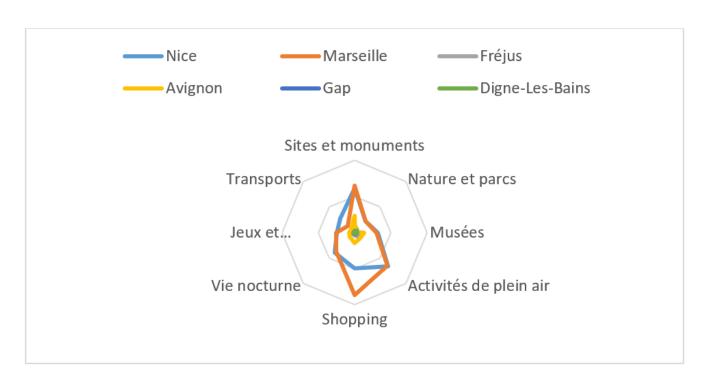
3 plateformes proposent une rubrique activités

TripAdvisor, offre la plus exhaustive selon 31 catégories regroupées en 8 catégories pour l'étude

Marseille, présente un tourisme tourné vers l'offre marchande, mais également en tant que grande ville historique vers un tourisme patrimonial.

Nice se tourne également vers un tourisme patrimonial mais se distingue de Marseille par la sur-représentation d'une offre de tourisme d'extérieur ou d'activités de plein air.

Avignon est plutôt caractérisée par un tourisme patrimonial



Les activités touristiques par catégories selon Trip Advisor



### ELTS D'ANALYSE DE L'OFFRE AIRBNB A NICE



Créée en 2008, Airbnb est une plateforme initialement dédiée à la location saisonnière de chambres ou d'appartements entre particuliers.

#### CHIFFRES CLÉS

## 150 millions

C'est le nombre de voyageurs ayant utilisé Airbnb en 2015.

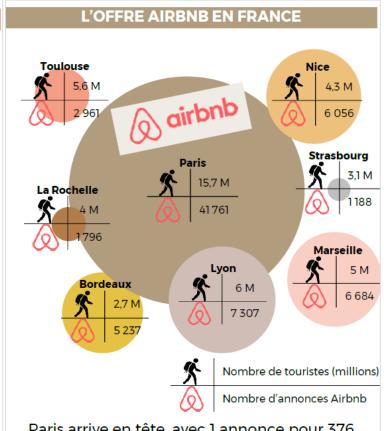
## **3** millions

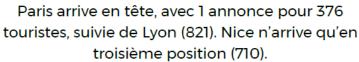
C'est le nombre de logements proposés la même année dans le monde.

骨 6 0 5 6

C'est le nombre d'annonces postées sur le site pour la ville de Nice en 2016.

Sources: Airbnb, Observatoire Airbnb (2016).





Sources: Insee (2015), Observatoire Airbnb (2016).

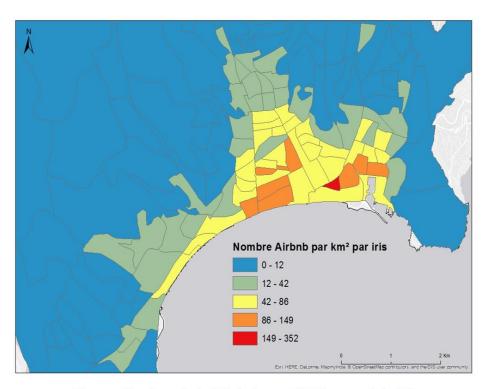


Figure 12 - Densité d'Airbnb par IRIS au sud de Nice

L'offre Airbnb localisée en grande majorité dans le centre-ville ou le long du littoral.



## ELTS D'ANALYSE DE L'OFFRE AIRBNB A NICE : L'AMPLEUR DU PHÉNOMÈNE EN 2016



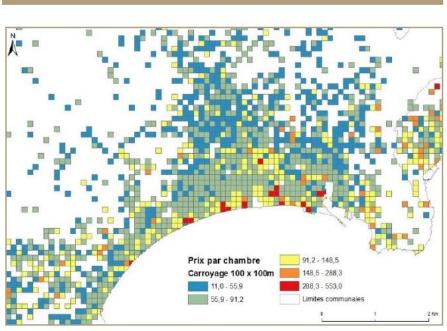
#### LA MER, UN ATTRAIT MAJEUR



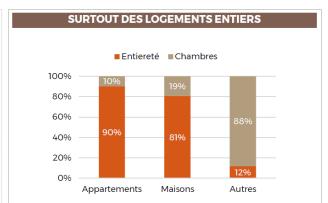
C'est le pourcentage d'annonces se situant à moins de 500 mètres de la mer (et 80% à 1 000 mètres). C'est là que se concentre l'offre Airbnb.

Source: Observatoire Airbnb (2016).

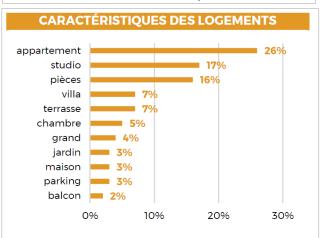
#### LE PRIX MOYEN D'UNE CHAMBRE



C'est sur la frange littorale et le long de l'avenue Jean-Médecin que les prix sont les plus élevés, où ils peuvent atteindre jusqu'à 550 € la nuitée.



90 % de l'offre Airbnb à Nice concerne un logement entier, en raison du caractère lucratif d'Airbnb par rapport à la location « classique ».



L'appartement est le type de logement le plus loué. A Nice, les logements ont des surfaces moins importantes que dans d'autres grandes villes touristiques telles que Marseille.

Source : Observatoire Airbnb (2016).



## ELTS D'ANALYSE DE L'OFFRE AIRBNB A NICE : L'INTITULÉ DES ANNONCES



Quelles sont les occurrences des mots utilisés pour l'évaluation de satisfaction, les avis et les intitulés apportent d'autres éléments d'appréciation de l'offre locale Airbnb?

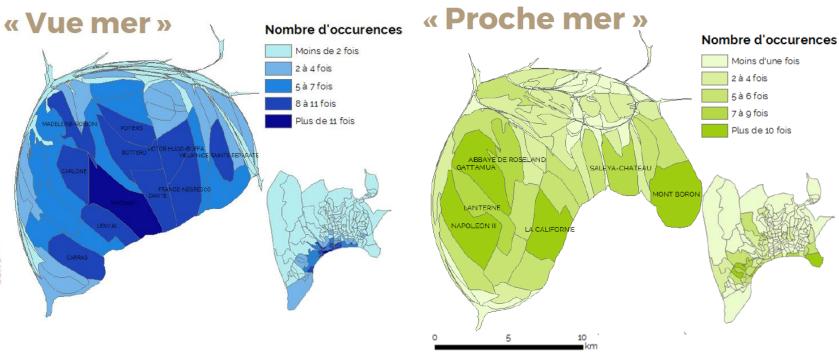
#### MOTS LES PLUS UTILISÉS

## **aby** 2500

C'est le nombre de mots uniques utilisés dans les annonces. Certains quartiers plus prisés et aménités paysagères ressortent (« port », « mer », « vieux Nice », « vue », « calme » ...), caractéristiques du tourisme méditerranéen.



#### SPÉCIFICITÉS LOCALES





## ELTS D'ANALYSE DE L'OFFRE AIRBNB A NICE : COMPARAISON AVEC L'OFFRE HÔTELIÈRE TRADITIONNELLE



A Paris, tarif moyen journalier d'une chambre d'hôtel a baissé de 0,7% en 2015. Quel véritable impact d'Airbnb à Nice?



#### **BAISSE DES TARIFS HÔTELIERS**



C'est le pourcentage des réservations Airbnb qui ont une dimension professionnelle. A Nice, près de l'aéroport (second aéroport de France) où les hôtels sont bien implantés, l'offre Airbnb est peu présente.

La concurrence d'Airbnb n'est pas le seul facteur de cette baisse mais c'est un élément à prendre en compte (...)

Airbnb ne va pas pour autant remplacer l'offre hôtelière classique en matière de voyages d'affaires. (...) Certaines sociétés sont hermétiques à ce concept, car cela pose des problèmes en matière de sécurité, de partage des lieux, d'hétérogénéité de l'offre et de réactivité.

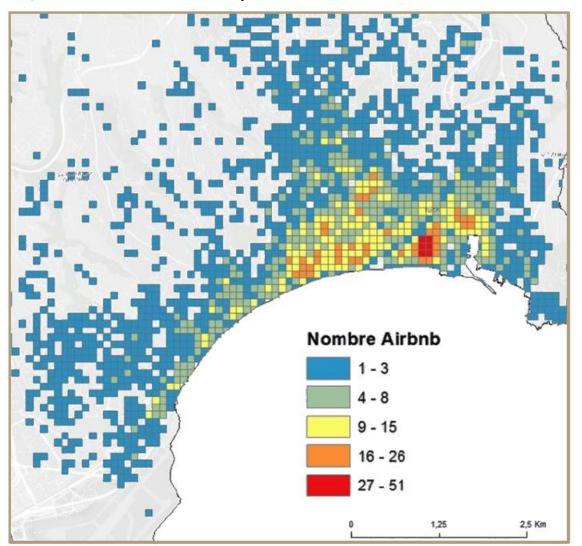
Sources : étude CWT (2015) et Emmanuel Ebray (directeur de HRS France).

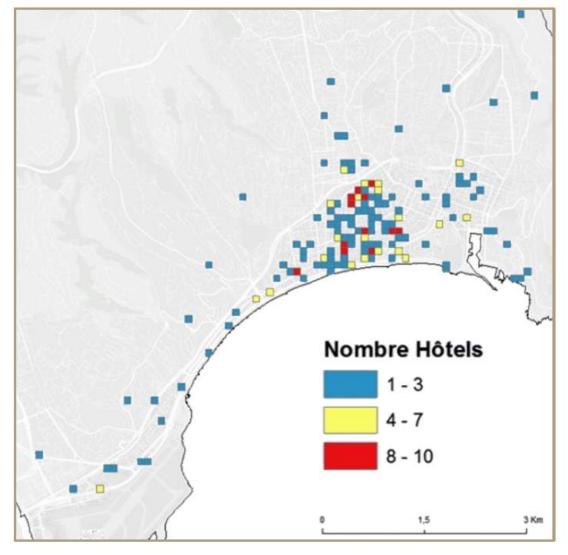


## ELTS D'ANALYSE DE L'OFFRE AIRBNB A NICE : COMPARAISON AVEC L'OFFRE HÔTELIÈRE TRADITIONNELLE



Quelle différence de répartition avec celle des chambres d'hôtel?









# MERCI DE VOTRE ATTENTION