

Le tourisme se vend mal en ligne

WALLONIE Une plateforme régionale de réservation est devenue indispensable

► En Wallonie, 41 % de l'offre touristique ne peut pas faire l'objet d'une réservation en ligne.

► La Wallonie est à la traîne, surtout les musées et les attractions.

► Un site interactif dès 2019.

En Wallonie, le secteur du tourisme pèse lourd : 6 % du PIB et 60.000 emplois directs. Mais qu'il s'agisse des attractions ou des hébergements, le sud du pays souffre d'un déficit de présence sur internet. Le constat est sévère à propos de la possibilité (ou non) d'effectuer une réservation en ligne.

Selon l'étude que le ministre René Collin (CDH) et Wallonie Bruxelles Tourisme (WBT) viennent de commander au cabinet français Raffour (1), 41 % de l'offre touristique wallonne n'est pas réservable en ligne. Pire : 77 % de cette offre est en réalité à côté de la plaque, si on tient

compte des acteurs qui n'ont pas de site internet propre et ne sont visibles que sur un site de commercialisation externe (10 %) et de ceux qui ne proposent aucune réservation au départ de leur propre site (26 %).

Le déficit est surtout à rechercher du côté des musées et des attractions : 63,2 % et 49,6 % d'entre eux ne sont pas réservables en ligne. Le constat est un peu moins sévère du côté des hébergements où le déficit va de 46,1 % pour les auberges de jeunesse à 10,8 % pour les hôtels.

Franchir le pas

Pour prendre la mesure des conséquences de ces résultats, il faut porter le regard vers la France : là-bas, 79 % des personnes parties en vacances en 2017 ont préparé leurs escapades en ligne et le recours à l'ordinateur ou au smartphone pour réserver tout ou partie d'un séjour évolue selon les cas entre 50 et 60 %. En un mot : ces canaux sont devenus indispensables au développement touristique.

Le message sera transmis en direct ce mardi aux centaines de représentants du secteur qui se réuniront à Marche-en-Famenne

pour les Ateliers du tourisme. Le Français Guy Raffour insistera sur la dimension interactive de ce qu'il est convenu d'appeler le tourisme : « En ligne, on crée une continuité idéale entre information, communication et transaction, ce qui est impossible dans la communication non interactive. Les internautes consultent les sites qui fournissent des informations actualisées, qui offrent une réponse rapide aux sollicitations

et dont les engagements affichés sont facilement vérifiables. »

Le ministre du Tourisme s'apprête à demander aux attractions et aux hébergements wallons de franchir le pas en créant une plateforme régionale de réservation et de commercialisation : « Les chiffres parlent d'eux-mêmes. C'est dans cette direction qu'il faut aller. Wallonie Bruxelles Tourisme sera chargé de rédiger le cahier des charges pour trouver

l'opérateur pour 2019. Des expériences ont déjà été menées à Liège et aux Lacs de l'Eau d'Heure. Elles seront associées à la réflexion. Nous commencerons par l'hébergement et les attractions, sur base volontaire bien sûr. Puis la plateforme aura pour vocation de

s'étendre aux événements et au tourisme d'affaires. »

Commission à 5 %

L'attente est importante : 74 % des professionnels sondés y sont favorables, et même 80 % pour les prestataires qui se vendent déjà en ligne. Le secteur demande un outil de réservation simple, multilingue, soumis à la modération et surtout peu... coûteux. Les commissions prises par les grands sites internationaux de réservation peuvent aller jusqu'à 25 et même 30 %. Par la voix de René Collin, la Wallonie s'engage à limiter l'intervention financière à 5 %, de quoi faire vivre le site et la petite équipe de cinq personnes qui l'animeront.

Guy Raffour souligne les enjeux : « En Wallonie, les attractions et les musées sont les moins bien représentés dans la vente en ligne. Il faut leur présenter un système qui réponde à leurs spécificités. Elles seront alors la porte d'entrée d'une destination et généreront des synergies avec l'hébergement ou le transport. » ■

ERIC DEFFET

(1) Etude réalisée du 8 février au 1^{er} mars 2018. Population consultée : 3.944 (70 % du secteur). Répondants : 1.394.

DES CHIFFRES

85 %

Il s'agit du taux de pénétration d'internet dans les ménages belges et européens. En France, 79 % des Français ont préparé leurs vacances et leurs séjours en ligne, en

2017.

18

En milliards d'euros, c'est pour 2017 et en France le montant des ventes entièrement réalisées en ligne dans le domaine du tourisme.

48 %

Parmi les prestataires qui vendent leurs activités en ligne, près de la moitié a recours à des plateformes internationales souvent coûteuses. Ils sont 11 % à recourir à des plateformes associatives et 7 % à celles des organismes touristiques.