

Etude de Marché

Applications mobiles

- Guides Touristiques -

Tour Guide

TourGuide - 2019



Sommaire

I. Analyse des données du secteur du tourisme

II. Analyse du comportement des voyageurs avec leur smartphone

III. Benchmark : analyse de la concurrence

I. Analyse des données du secteur du tourisme



Classement des pays selon les arrivées de touristes internationaux

Rang		Pays	Arrivées de touristes internationaux (en millions)							Évolution 2017/2016 (en %)	Part des arrivées mondiales (en %)	
1980	2017		1980	1990	2000	2010	2015	2016 (r)	2017 (p)		1980	2017
1	1	France	30,1	52,5	77,2	77,6	84,5	82,7	86,9	5,1	10,6	6,6
3	2	Espagne	22,4	34,1	46,4	52,7	68,2	75,3	81,9	8,8	7,9	6,2
2	3	États-Unis	22,5	39,4	51,2	60,0	77,8	76,4	76,9	0,7	7,9	5,8
18	4	Chine ¹	3,5	10,5	31,2	55,7	56,9	59,3	60,7	2,4	1,2	4,6
4	5	Italie	22,1	26,7	41,2	43,6	50,7	52,4	58,2	11,1	7,8	4,4
8	6	Mexique	11,9	17,2	20,6	23,3	32,1	35,1	39,3	12,0	4,2	3,0
7	7	Royaume-Uni	12,4	18,0	23,2	28,3	34,4	35,8	37,7	5,3	4,4	2,8
52	8	Turquie	0,9	4,8	9,6	31,4	39,5	30,3	37,6	24,1	0,3	2,8
9	9	Allemagne	11,1	17,0	19,0	26,9	35,0	35,6	37,5	5,3	3,9	2,8
27	10	Thaïlande	1,9	5,3	9,6	15,9	29,9	32,5	35,4	8,9	0,7	2,7
5	11	Autriche	13,9	19,0	18,0	22,0	26,7	28,1	29,5	5,0	4,9	2,2
nd	12	Japon	nd	nd	4,8	8,6	19,7	24,0	28,7	19,6	nd	2,2
28	13	Hong Kong	1,7	6,6	8,8	20,1	26,7	26,6	27,9	4,9	0,6	2,1
16	14	Grèce	4,8	8,9	13,1	15,0	23,6	24,8	27,2	9,7	1,7	2,1
25	15	Malaisie	2,1	7,4	10,2	24,6	25,7	26,8	25,9	-3,4	0,7	2,0
nd	16	Russie	nd	7,2	19,2	22,3	26,9	24,6	24,4	-0,8	nd	1,8
nd	17	Portugal	nd	nd	5,7	6,8	10,1	18,2	21,2	16,5	nd	1,6
6	18	Canada	12,9	15,2	19,6	16,2	18,0	20,0	20,8	4,0	4,5	1,6
13	19	Pologne	5,7	3,4	17,4	12,5	16,7	17,5	18,4	5,1	2,0	1,4
nd	20	Pays Bas	nd	5,8	10,0	10,9	15,0	15,8	17,9	13,3	nd	1,3
Total des 20 pays ²			179,9	286,0	457,0	574,4	718,1	741,8	794,0	7,0	63,2	59,9
Total monde			284,8	436,1	675,7	952,0	1 195,0	1 240,0	1 326,4	7,0	100,0	100,0

¹ Hors Hong Kong et Macao.

² Hors nd.

Source : organisation mondiale du tourisme



Taux de départ en voyage des Français (de + 15 ans, pour motif personnel)

	Taux de départ (en %)	Nombre moyen de voyages par individu parti
Ensemble des voyages personnels	73,8	5,0
Courts voyages (1 à 3 nuitées)	55,1	3,7
Longs voyages (au moins 4 nuitées)	57,4	2,8
En France métropolitaine	69,7	4,6
À l'étranger ou dans les DOM	25,2	1,6



Voyage selon la durée (de + 15 ans, pour motif personnel)

	Voyages (en millions)	Nuitées (en millions)	Durée moyenne de voyage (en nuitées)
Ensemble des voyages personnels	196,1	1 048,8	5,3
En France métropolitaine	170,9	835,6	4,9
À l'étranger ou dans les DOM	25,2	213,2	8,5
Courts voyages (1 à 3 nuitées)	105,6	193,5	1,8
En France métropolitaine	99,3	180,0	1,8
À l'étranger ou dans les DOM	6,3	13,5	2,1
Longs voyages (au moins 4 nuitées)	90,5	855,3	9,4
En France métropolitaine	71,6	655,6	9,2
À l'étranger ou dans les DOM	18,9	199,7	10,6

64 %

C' est la proportion de Français de 15 ans et plus qui sont partis en vacances en 2017

Près de **79 %** de ceux qui partent en vacances **préparent en ligne** leur séjour, et 53 % réservent tout ou une partie de leurs vacances sur Internet.

Voyages à l' étranger et dans les DOM

	Voyages (en millions)	Nuitées (en millions)	Durée moyenne (en nuitées)
Europe	19,3	132,6	6,9
dont Espagne	4,4	34,2	7,7
Italie	3,2	22,9	7,2
Belgique et Luxembourg	1,7	5,3	3,2
Royaume-Uni	1,7	9,4	5,7
Allemagne	1,4	6,3	4,6
Amérique	1,8	25,4	14,3
dont États-Unis	0,8	10,4	13,2
Afrique	2,0	21,4	10,7
dont Maroc	0,6	5,6	9,6
Tunisie	0,3	3,3	11,5
Asie et Océanie	1,4	22,7	15,8
Total Étranger (hors DOM)	24,5	202,1	8,2
DOM	0,6	11,1	17,5

Source : suivi de la demande touristique des Français, pour la Direction Générale des Entreprises

Les Français effectuent majoritairement des voyages de **courte durée** en **Europe**



Les villes les plus visitées en 2017 (en millions)



1	Bangkok	21.5
2	London	19.9
3	Paris	18.0
4	Dubai	15.3
5	New York	12.8



6	Singapore	12.1
7	Kuala Lumpur	12.0
8	Istanbul	12.0
9	Tokyo	11.7
10	Seoul	10.2
11	Hong Kong	8.4
12	Barcelona	8.2
13	Amsterdam	8.0
14	Milan	7.7
15	Taipei	7.4

16	Rome	7.1
17	Osaka	7.0
18	Vienna	6.7
19	Shanghai	6.1
20	Prague	5.8
21	Los Angeles	5.6
22	Madrid	5.3
23	Munich	5.3
24	Miami	5.2
25	Dublin	5.0

Source : Mastercard Global Destination Cities Index

II. Analyse du comportement des voyageurs avec leur smartphone



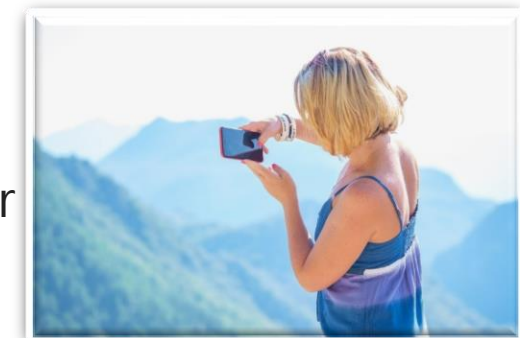
Proportion des voyageurs ayant emporté ces équipements lors de leur dernier séjour

Le smartphone
est un accessoire
indispensable de
voyage



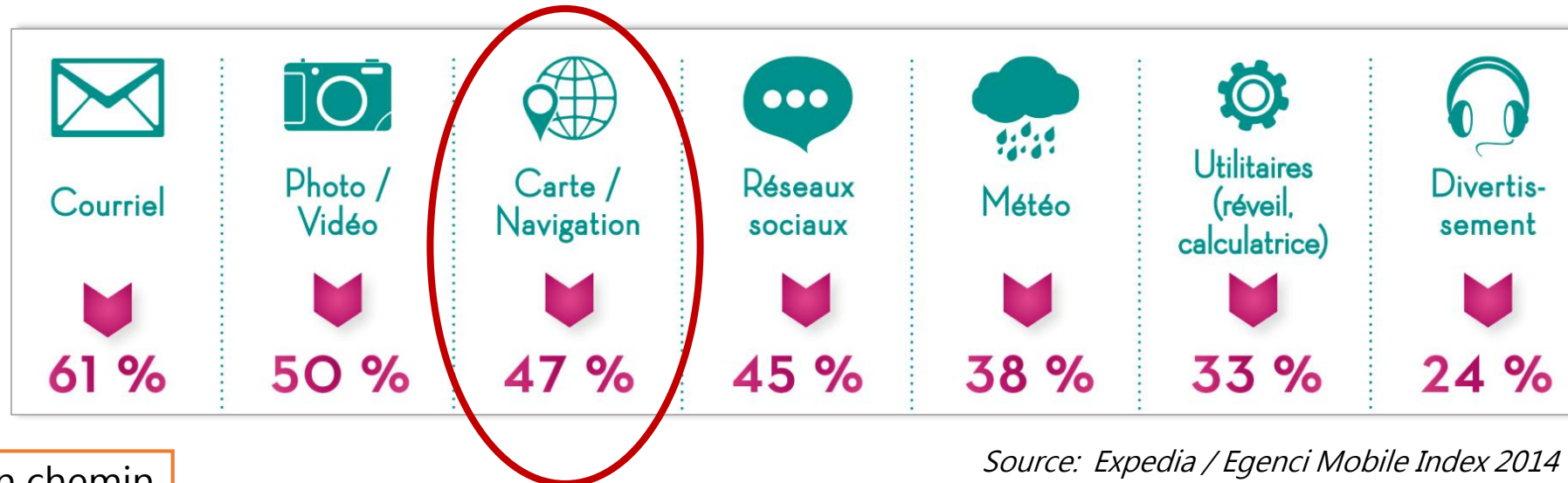
Source : CCM Benchmark Panel, 2015

- Un utilisateur passe 47 % du temps devant un écran par jour, soit **2h27 par jour sur un smartphone**
- 49% des transactions se font via des applications
- 20 % des ventes effectuées via le smartphone concernent le secteur du tourisme (au niveau mondial)



Source : Agence développement touristique en France, « Les applications mobiles dans le Tourisme »

Applications et fonctionnalités les plus souvent utilisées par les voyageurs



Trouver son chemin est la 1^{ère} raison d' utilisation du smartphone pour un voyageur



Raisons pour utiliser son smartphone en vacances	Voyageurs connectés
Trouver son chemin/pour les cartes	81 %
Chercher un restaurant	72 %
Chercher des activités	67 %
Lire des avis	64 %
Chercher un hôtel	50 %
Réserver un restaurant	46 %

Source : TripBarometer, 2015

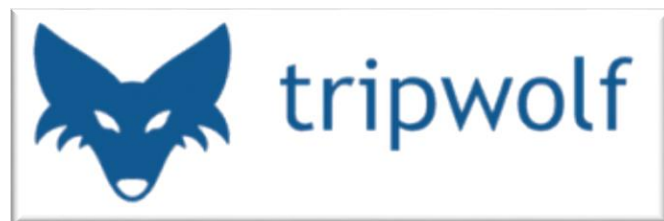
III. Benchmark : analyse de la concurrence



Benchmark : la concurrence directe



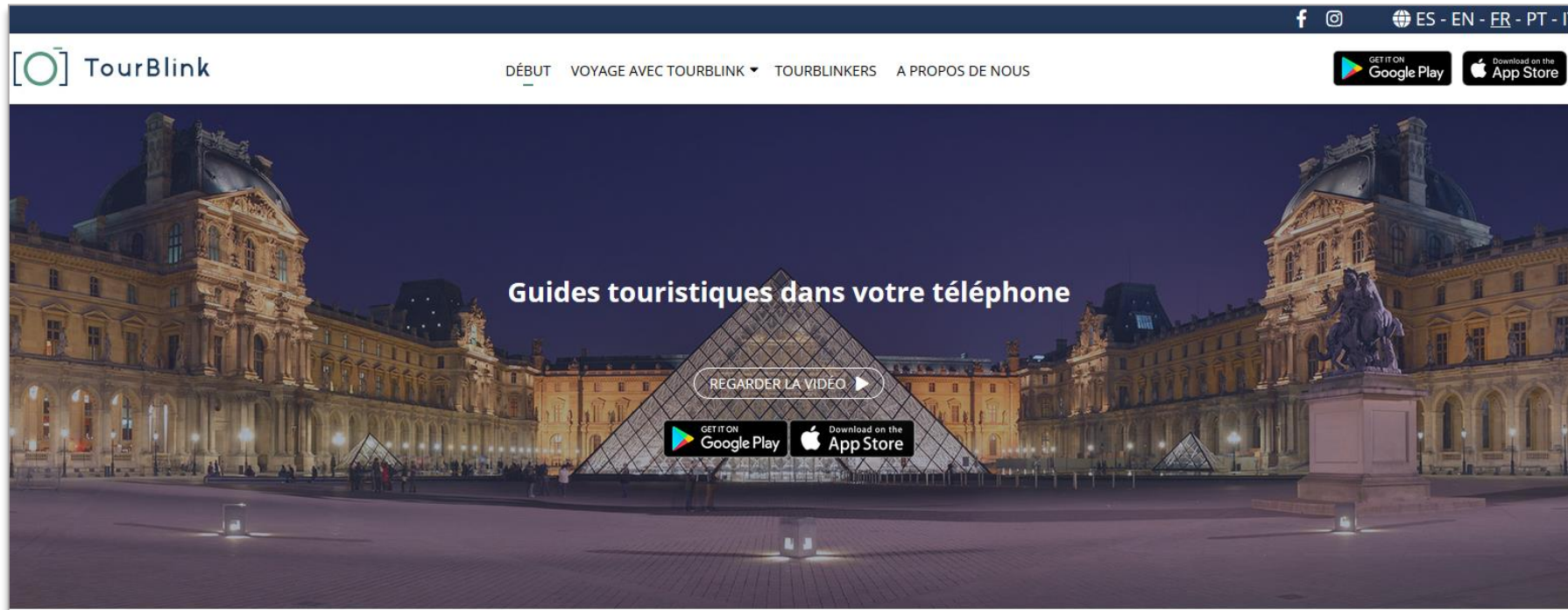
Applications existantes proposant des visites guidées sous différentes formes



1



Applications pour les **villes et musées** qui permettent de faire des **visites guidées à pied**, en utilisant des **images**



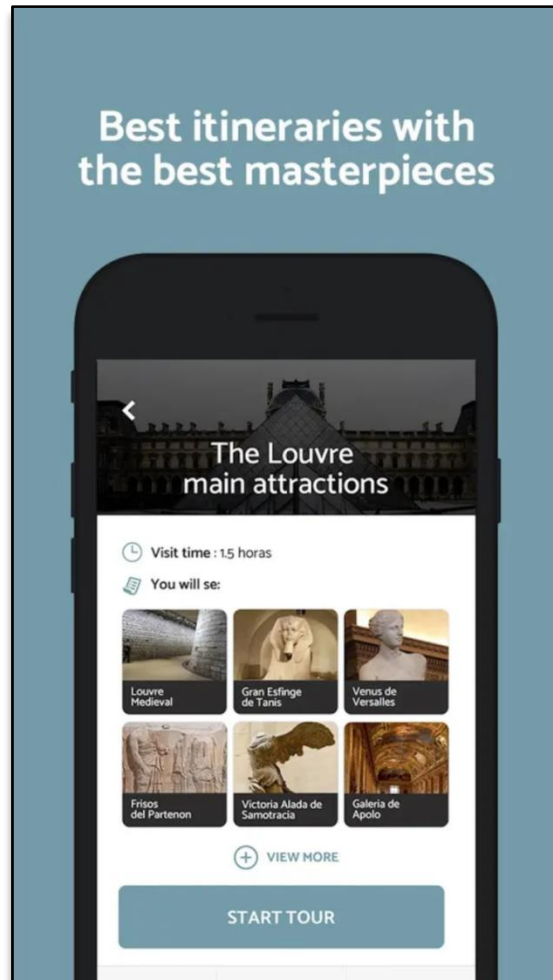
Pas de
connexion
Internet
nécessaire



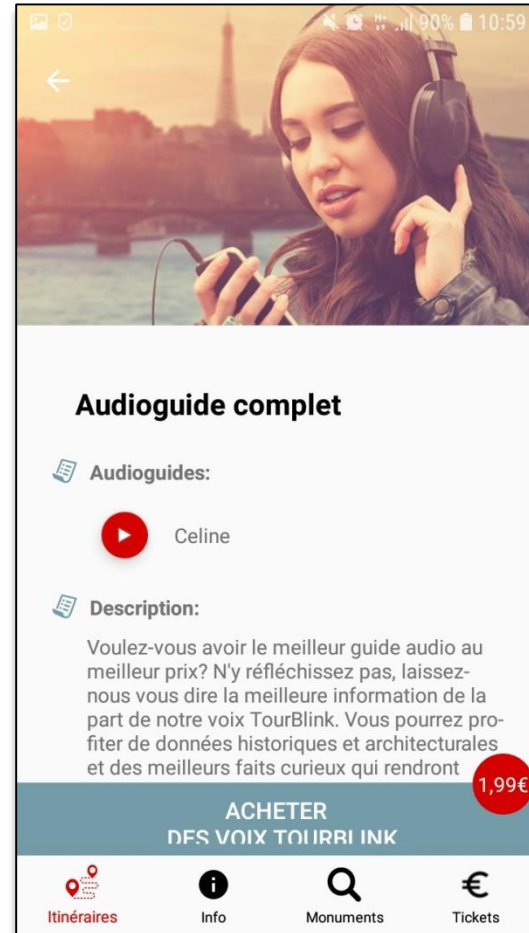
Notifications GPS : envoi de
notifications lorsque que le client passe
par des endroits à ne pas manquer.

Audioguides

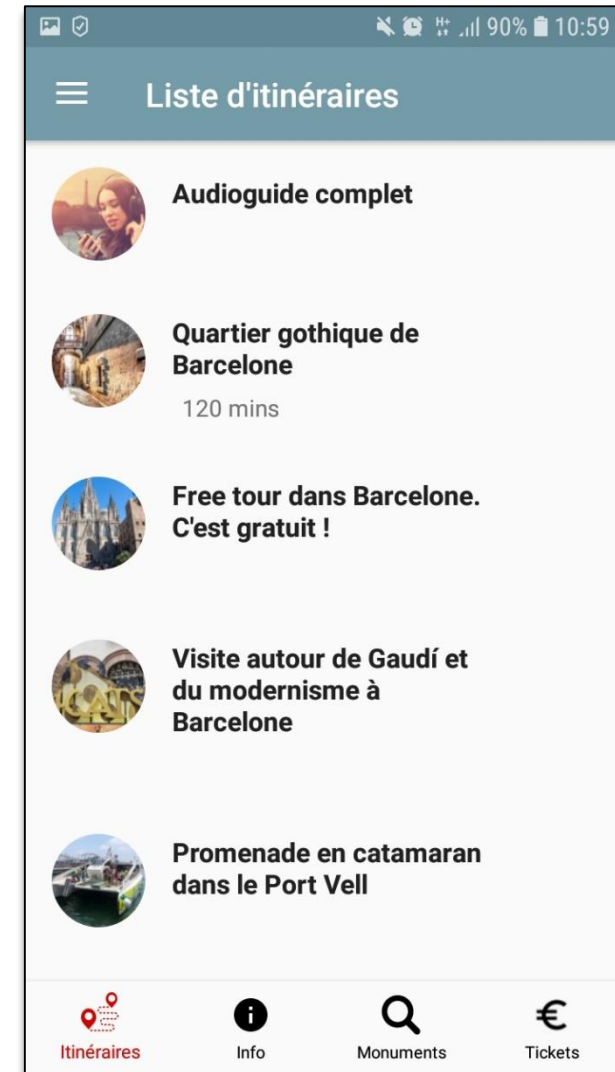




Une application par musée/ville



Audioguide



Explications culturelles

Conclusion

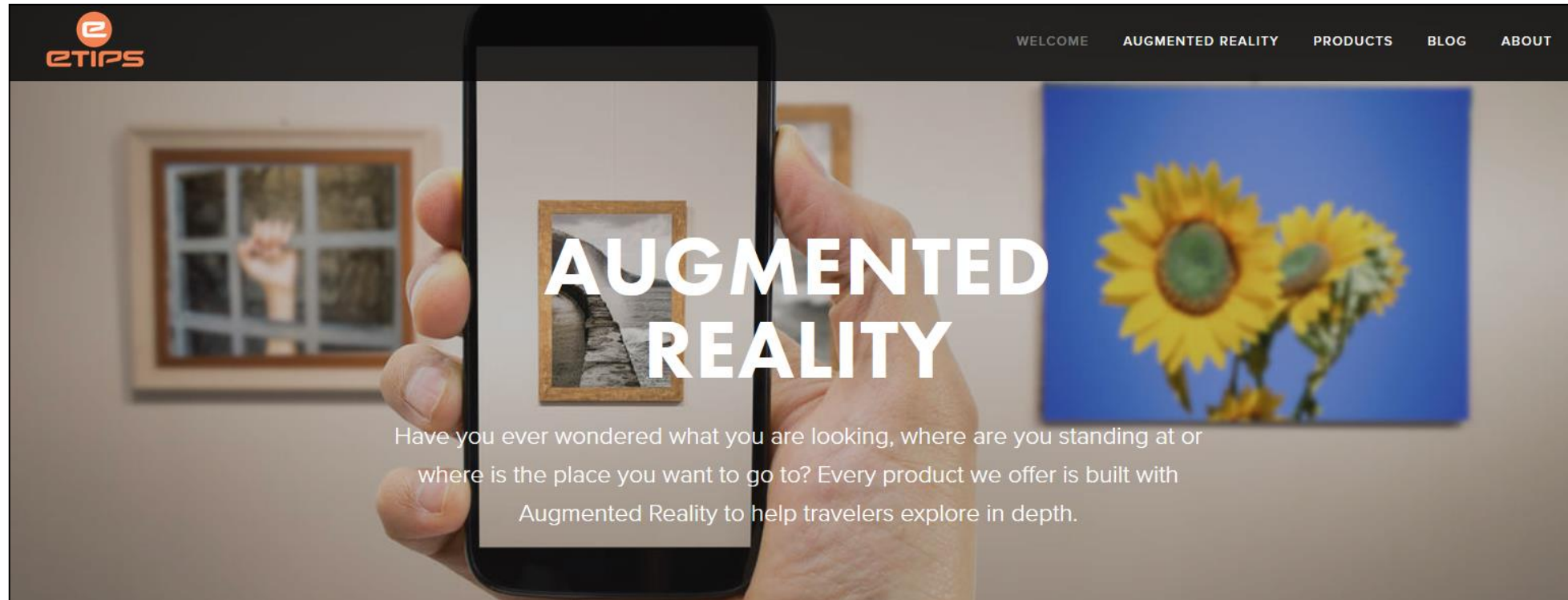
Une appli claire et agréable pour les touristes aimant les musées et souhaitant visiter une ville à pied

	Points forts	Points faibles
Présence digitale	<ul style="list-style-type: none"> - Site web - Version mobile (responsive) - Présence sur les réseaux sociaux - Plus de 10 000 téléchargements (sortie le 30/12/2016) 	<ul style="list-style-type: none"> - Sur Mozilla certains liens directs ne fonctionnent pas - Lenteur du site pour démarrer la vidéo de présentation - Le site ne mentionne pas plusieurs villes qui existent pourtant sur des applis
Fonctionnalités	<ul style="list-style-type: none"> - Offline - Audioguide - Disponible en plusieurs langues, dont le français - Collaboratif - Point clé : les musées - Parcours à pied - Partenariat avec une agence de vente de billets pour les billets coupe-file et réaliser des visites avec de vrais guides. 	<ul style="list-style-type: none"> - Une application à télécharger par ville (non centralisée sur une seule application) - Sur le site : peu de destinations proposées - Absence d'itinéraire avec les transports en commun - Absence de carte
Graphisme	Visuel clair	<ul style="list-style-type: none"> - Vidéo de présentation sur le site : absence de présentation concrète du fonctionnement des applis
Contraintes	Taille des applis : de 10 à 63,6 Mo	
Prix	En moyenne 1,99€ pour un petit circuit prédéfini.	

2



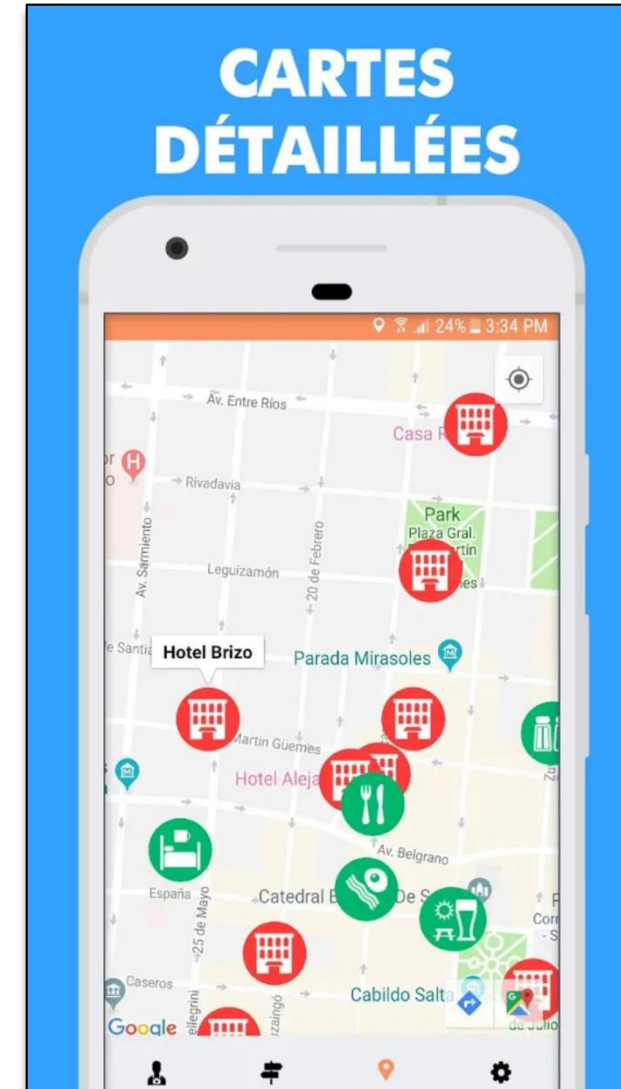
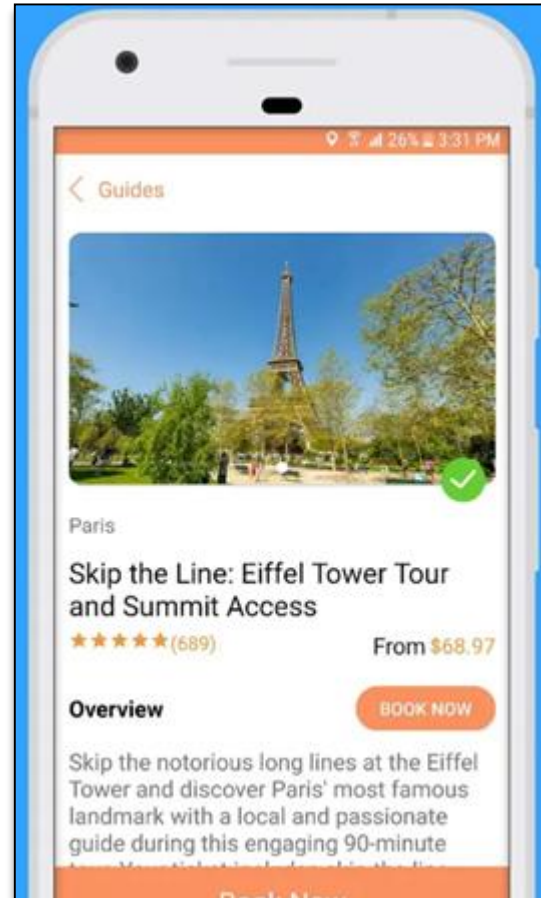
Depuis 2007, eTips a créé plus de **550 applications** différentes dont plus de 150 guides de voyage couvrant différentes villes dans le monde entier



Application **pionnière qui propose la réalité augmentée** dans le secteur du voyage.

Elle permet de s'orienter grâce à la réalité augmentée et ainsi de découvrir les attractions, les hôtels et restaurants recommandés.

2



Pas de
connexion
Internet
nécessaire

	Points forts	Points faibles
Présence digitale	<ul style="list-style-type: none"> - Site web - Version mobile (Responsive) 	<ul style="list-style-type: none"> - Site web uniquement en anglais
Fonctionnalités	<ul style="list-style-type: none"> - Réalité augmentée - Offline - Villes, musées, parcs nationaux - Plan de ville, trajets en bus - Disponible dans de multiples langues dont le français - Audioguides 	<ul style="list-style-type: none"> - Obligation d'acheter les billets à l'avance
Graphisme	Visuel clair	
Contraintes	Taille des applis : de 14 à 75 Mo	
Prix	Gratuit	

Conclusion

Appli gratuite proposant de multiples fonctionnalités

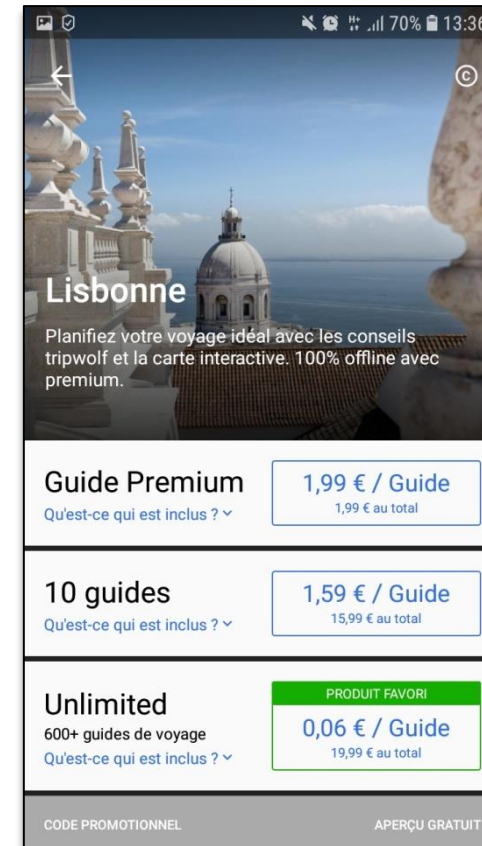
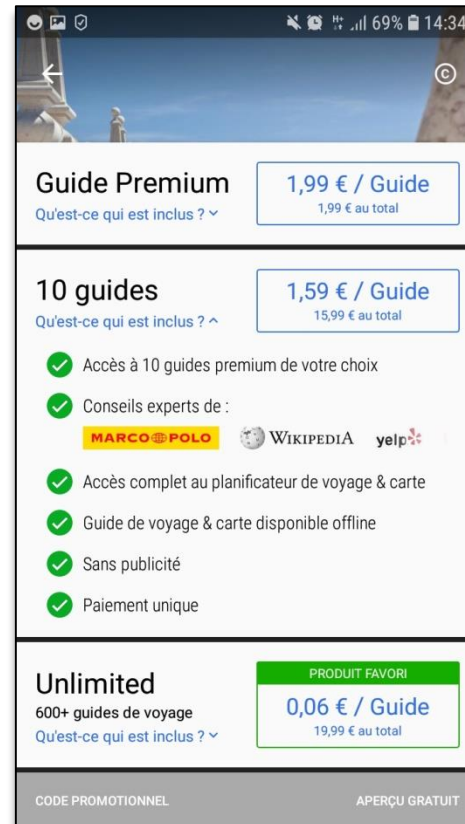
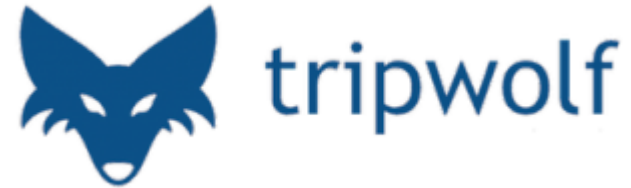
3

Application qui permet d'accéder à des informations issues de guides traditionnels et aux **commentaires et recommandations de la communauté de voyageurs**.



Pas de
connexion
Internet
nécessaire

4



Conclusion

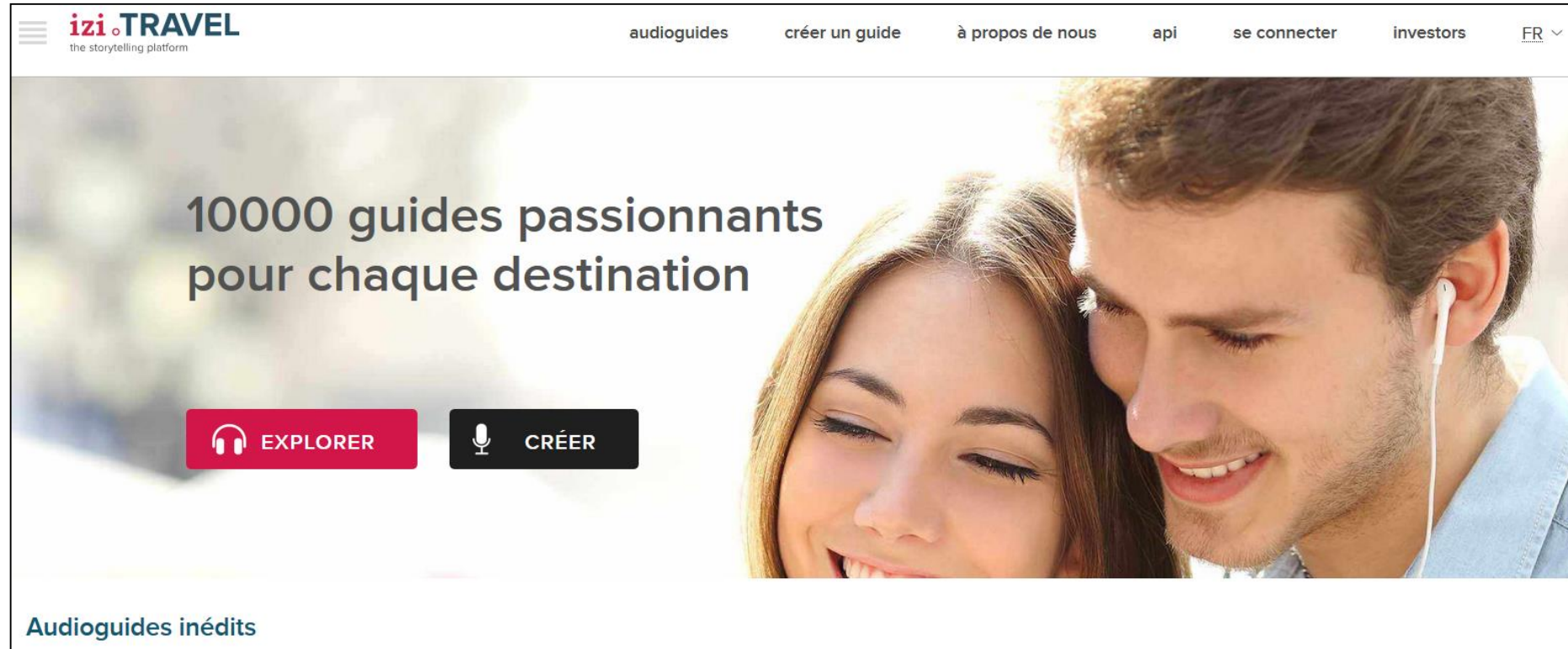
Bonne application mais contenus peu originaux pour une appli payante.

	Points forts	Points faibles
Présence digitale	<ul style="list-style-type: none"> - Site web - Version mobile (Responsive) - Possibilité de synchroniser jusqu' à 3 appareils - Plus de 10 millions de téléchargements 	
Fonctionnalités	<ul style="list-style-type: none"> - Audioguide - Article sous forme de guide - Offline - Disponible en plusieurs langues, dont le français - Carte disponible 	<ul style="list-style-type: none"> - Fonction premium qui ne propose que peu de fonctionnalités et informations supplémentaires - Ne permet pas de réaliser des parcours personnalisés - Données issues majoritairement de Wikipédia et autres open sources
Graphisme	Visuel clair	
Contraintes	Taille : environ 90 Mo	
Prix	De 1,99 à 19,99 euros (version illimitée)	

4

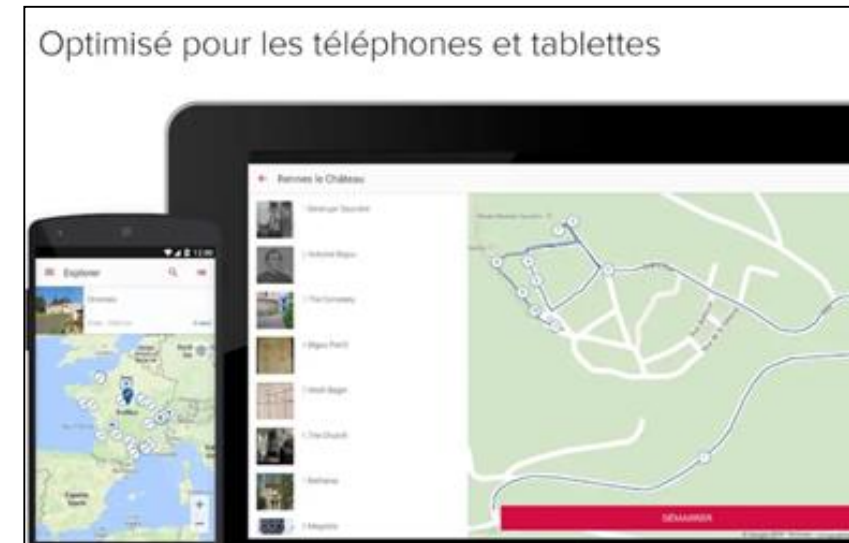
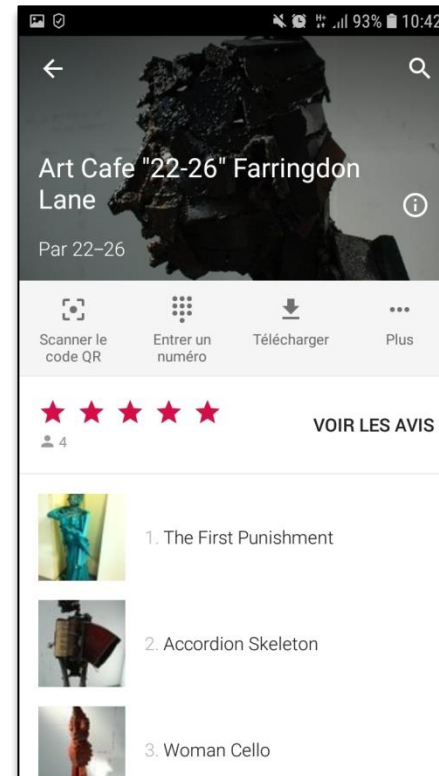
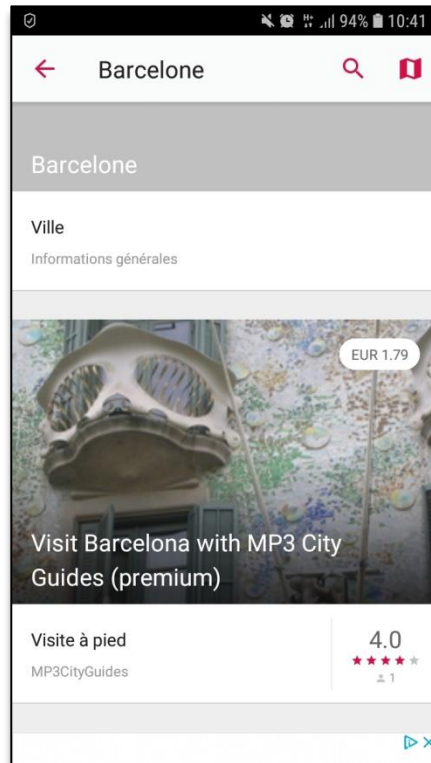


Plateforme ouverte qui permet à tout le monde de créer des **audioguides** (villes, musées)



Visites guidées audio pour plus de 1800 villes à travers le monde

4



Pas de
connexion
Internet
nécessaire

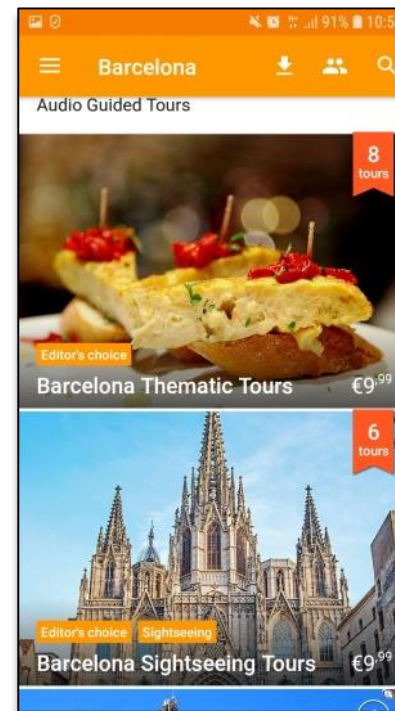
	Points forts	Points faibles
Présence digitale	<ul style="list-style-type: none"> - Site web - Version mobile (Responsive) - Plus d' un million de téléchargements 	<ul style="list-style-type: none"> - Traduction partielle de l' interface en anglais
Fonctionnalités	<ul style="list-style-type: none"> - Audioguides villes et musées - Disponible en plusieurs langues, dont le français - Offline 	<ul style="list-style-type: none"> - Chaque monument/ centre d' intérêt nécessite de télécharger l' ensemble de la playlist.
Graphisme	Visuel clair	
Contraintes	Taille de l' appli : 10 Mo	
Prix	Accès premium pour désactiver les publicités allant de 1 mois (1,09€ à 1 an 10,99€), certains audioguides sont payants (allant de 0,89€ à des packages 54,99€)	

Conclusion

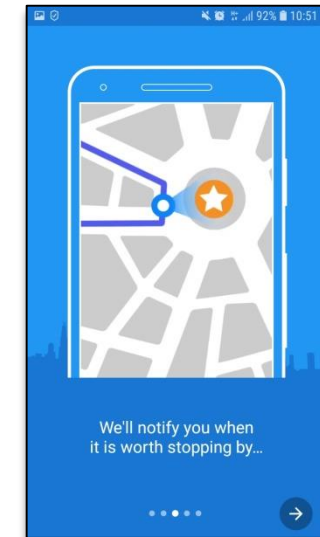
Bonne
application
collaborative

Autres applications

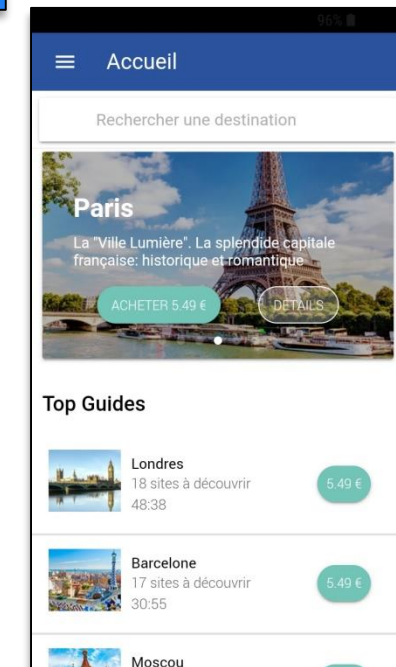
PocketguideAudio : Propose des parcours interactifs avec audioguides.
N' existe pas en Français.
Entre 4,99 € à 9,99 € par article pour le hors ligne.
Problèmes techniques récurrents



Tour Guide



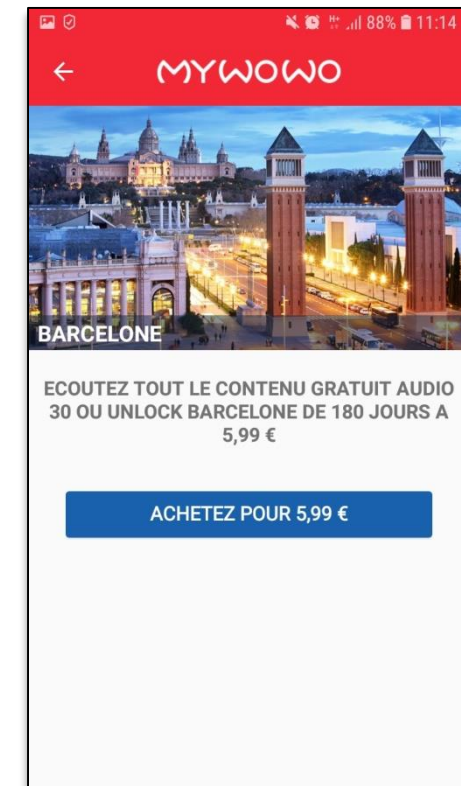
Desticity : Propose entre 5 à 16 audioguides (voix humaine) par ville.
Prix variable selon la popularité de la ville.
Ex : Londres 5,49 €, Berlin 5,49 €, Barcelone : 5,49 €.
Aucune fonctionnalité gratuite.





Tellnoo : Application totalement gratuite avec audioguides (voix synthétiques). Ne propose pas de parcours personnalisé mais des notifications en temps réel. Application entièrement focalisée sur le patrimoine Français. Business model : les contenus privés, la création de circuits touristiques spécifiques et, côté utilisateur, la publicité ciblée

Mywow : Fort système social, communautaire entre utilisateurs. Absence de circuit prédéfini/personnalisable. Propose des quizz sur les villes. Possibilité d'écouter hors-ligne. Moyenne du prix des articles : 5,99€



Benchmark : la concurrence indirecte



	Avantages	Inconvénients
Guides version papier	<ul style="list-style-type: none"> - Ecrits par des professionnels - Peu de valeur en cas de perte/vol 	<ul style="list-style-type: none"> - Encombrant - Nécessite de chercher l'information désirée dans le livre - Prix (10-20 euros)
Guides version numérique	<ul style="list-style-type: none"> - Ecrits par des professionnels 	<ul style="list-style-type: none"> - Nécessite un support numérique - Prix
Blogs/sites de voyageurs	<ul style="list-style-type: none"> - Gratuit, accès libre 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenu subjectif (se base sur l'expérience de l'auteur)
Guides professionnels	<ul style="list-style-type: none"> - Professionnels - Interactions sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Prix élevé



Conclusion

- Les applications dans le domaine du tourisme sont en **pleine expansion**, elles correspondent aux **nouvelles attentes** :
- L' information doit être obtenue :
 - ✓ **rapidement**
 - ✓ **facilement**
 - ✓ **à moindre frais, voire gratuitement**
 - ✓ **disponible sur smartphone**
- Nombreuses applications existantes : **nombreux concurrents**
- Applis payantes : recherche de **qualité et d' originalité**, utilisateurs exigeants

