

## Un site Internet au service des voyageurs et du Tourisme

# 65% des Français en voyage en 2005 ont préparé leur séjour sur Internet

**V**inivi est un site Internet indépendant pour partager son avis sur des hôtels à travers le monde. Ce site innovateur est un espace communautaire gratuit d'échange sur le voyage. Il permet à chacun de relater son expérience, bonne ou moins bonne, ainsi que du contenu:

- Blog / site personnel
  - Album photos
  - Vidéos
- Découverte

Vinivi traite de tous les pays du monde, de l'île Maurice à l'Australie en passant par la France. Les prestations des hôtels et des chambres d'hôtes sont évaluées par les voyageurs qui permettent ainsi aux autres visiteurs de:

- trouver un établissement qui leur conviendra,
- connaître les appréciations de ceux qui ont déjà été sur les lieux,
- obtenir les coordonnées directes (site Web, téléphone...) et les services proposés par un hôtel.

L'équipe de *Vinivi* relit chaque commentaire et vérifie que le contenu est conforme à la Charte (pas d'injure, racisme...). Les hôteliers bénéficient également d'un droit de réponse.

Le site permet de découvrir des destinations recommandées par d'autres voyageurs, il guide ainsi dans le choix entre les différentes catégories de produits.

### Activités

La première source de revenu de *Vinivi* est la vente d'espaces publicitaires. *Vinivi*, qui n'est ni une agence de voyage ni une centrale de réservation, permet une communication directe vers le voyageur, au moment où il choisit son prochain lieu de vacances.

Le site Internet crée donc un lien direct avec les voyageurs tout en respectant les circuits de distribution existant ; c'est un nouvel axe dans la stratégie de communication, tant pour les hôtels que pour les destinations souhaitant assurer leur promotion.

Indépendant, *Vinivi* n'a pas d'hôtel ni d'action boursière dans les chaînes hôtelières.

### Un concours pour promouvoir la qualité

Les hôtels participent à l'animation du contenu de *Vinivi* : pour le public Français, un concours mensuel permet ainsi de gagner une semaine dans un hôtel à l'île Maurice. Ce prix, offert par les établissements, leur

permet de bénéficier d'une exposition médiatique. *Vinivi* étudie actuellement l'extension de ce partenariat aux transporteurs aériens et aux offices de tourisme nationaux.

### Vinivi en chiffres

#### Audience

30 de croissance mensuelle  
Audience européenne à 97  
70 % française / 20% UK,  
reste des visiteurs : Suisse, Italie et Belgique  
40% des visiteurs restent plus de 2 minutes sur le site  
79% des visiteurs se connectent via une ligne à haut débit  
72% des visiteurs viennent du moteur de recherche Google

#### Contenu

Plus de 4 500 hôtels dans le monde  
Plus de 5 500 photos, vidéos et blogs de voyageurs

#### Contenu sur Maurice

420 hôtels dans l'Océan Indien  
135 établissements sur Maurice et Rodrigues, chacun avec vue aérienne satel-

lite  
250 commentaires et 120 photos de voyageurs sur Maurice et Rodrigues  
Taux moyen de satisfaction de 4.5 sur 5  
13 hôtels avec plus de 5 avis

### Concours

1 avis posté chaque minute durant le pic d'activité  
Deux gagnants pour l'hôtel Le Prince Maurice et Le Méridien Ile Maurice  
Principales dates  
Avril 2006 Création de la société  
Juillet 2006 Première version du site Internet  
Septembre 2006 Lancement en France  
Novembre 2006 4 500 hôtels référencés  
Tendances en matière de voyage sur Internet

*[The travel industry has to] "meet the challenges of a consumer-driven digital age"*  
F. Jeffery Managing Director, World Travel Market, November 2006  
*"Three in four people who stay in hotels when they travel say they start by researching hotel accommodations online"*  
Harris Interactive Survey, November 2005  
65 % des français partis en voyage en 2005 ont préparé leur séjour sur Internet!  
IPSOS - Etude sur les séjours marchands 2005