

## Les marques préférées des Français

# Voyager en bonne compagnie

Les outils numériques n'ont pas supplanté les marques traditionnelles dans le cœur des Français quand ils organisent leurs vacances.

### Voyage et tourisme

Rang	MARQUE	Indice MPF*
1	Voyages-SNCF	100%
2	TripAdvisor	99%
3	Booking.Com	94%
4	Trivago	81%
5	Expedia	64%
6	Lastminute	63%
7	Hotels.com	55%
8	Jetcost	49%
9	Easyvoyage	48%
10	Liligo	40%

Joli succès pour la SNCF qui devance les nouveaux acteurs de l'e-tourisme et autres comparateurs de prix. Sa filiale Voyages-SNCF continue de tenir tête aux géants du numérique que sont Booking et Expedia grâce au monopole ferroviaire en France. Celui-ci conduit naturellement les voyageurs à passer par son site pour réserver en ligne, bien que la concurrence dans ce domaine soit ouverte depuis 2012. « Le marché touristique est sans doute loin d'avoir achevé sa mutation », estime ainsi Philippe Guilbert, directeur général de Toluna.

### Hôtellerie et hébergement

Rang	MARQUE	Indice MPF*
1	Ibis	100%
2	Mercure	87%
3	Novotel	87%
4	Campanile	85%
5	B&B Hôtels	72%
6	Relais & Châteaux	67%
7	Kyriad	65%
8	Logis Hôtels	65%
9	Sofitel	63%
10	Airbnb	46%

Le géant français AccorHotels occupe le terrain tant dans le milieu de gamme, avec Mercure et Novotel, que dans la catégorie économique, avec Ibis et ses 1 967 hôtels dans le monde. « Ibis est largement devant les autres chaînes grâce à sa forte implantation en France, explique Philippe Guilbert. Elle est en outre renforcée par la transformation des hôtels All Seasons en Ibis Styles et Etap Hotel en Ibis Budget. » Le low cost, en revanche, a moins la cote puisque Première Classe et HôteF1 n'arrivent qu'en treizième et quatorzième position dans ce sondage.

### Location ou partage de voitures

Rang	MARQUE	Indice MPF*
1	Europcar	100%
2	Hertz	94%
3	Avis	82%
4	Ada	64%
5	Rent a Car	63%
6	Renault Rent	53%
7	Sixt	49%
8	Budget	45%
9	Ucar	32%
10	Oucar	32%

Comme dans les autres catégories, c'est une marque française, Europcar, qui fait la course en tête pour les loueurs de voitures. Mais l'économie du partage pourrait bouleverser la donne avec l'essor de sites de location entre particuliers. D'ailleurs, la SNCF est entrée au capital d'Oucar en 2015, afin de compléter son offre. « L'implantation reste un critère de choix qui favorise les grands réseaux, indique Philippe Guilbert, en attendant, peut-être, une offre géolocalisée de partage de véhicule suffisamment importante. »

\*L'indice MPF (Marque Préférée des Français) représente l'empathie d'une marque dans un secteur (celle qui a le plus de suffrages positifs obtient 100). L'utilisation à des fins publicitaires des textes et tableaux est strictement interdite.

L'économie collaborative et les nouveaux géants du numérique, comme Booking.com, ont beau secouer la planète tourisme, les acteurs historiques du secteur font preuve d'une belle résistance. Sébastien Bazin, PDG du groupe AccorHotels, devrait ainsi se réjouir de voir trois de ses marques, Ibis, Mercure et Novotel, occuper le podium dans la catégorie hôtellerie et hébergement. Le spécialiste de la location entre particuliers Airbnb, lui, n'occupe que la dixième place. Une percée cependant spectaculaire pour une entreprise née en

2008. Aussi, pour mener sa révolution numérique, AccorHotels va dépenser 225 millions d'euros en cinq ans. Un site de réservation, ouvert aux hôteliers indépendants, a été lancé afin de concurrencer Booking.com. Et le groupe investit dans la location de résidences privées de luxe auprès de start-up comme Oasis ou, plus récemment, avec le rachat de Onefinestay.

De même, les loueurs de voitures n'ont pas trop à s'inquiéter des nouveaux usages en matière de transport, tel le partage de véhicules entre particuliers proposé

**Sondage Toluna sur les marques préférées des Français**, réalisé par Internet les 16 et 17 août 2016 auprès d'un échantillon représentatif de 1006 personnes de 18 ans et plus par la méthode des quotas (sexe, âge et région).

par Oucar. Europcar, Hertz et Avis affichent leur puissance. Cela ne les empêche pas d'investir, eux aussi, dans de nouveaux services numériques. Europcar a, par exemple, créé le Lab Europcar, doté de 25 millions d'euros pour identifier les nouveaux modèles économiques. Quant à Voyages-SNCF, s'il devance les autres sites de tourisme, il est talonné par TripAdvisor, le spécialiste des avis de voyageurs, désormais aussi intermédiaire auprès des hôteliers et autres opérateurs pour vendre leurs services. ■

**Kira Mitrofanoff.**