



Laboratoire Gresico

Ergonomie des sites touristiques et comportement des internautes

Le cas des sites des “hébergeurs-verts” de Bretagne

27 juin 2005

<http://www.marsouin.org>



■ **Domaine d'étude.**

- **Sites Internet touristiques et les comportements des internautes (visites, demandes de renseignements...)**

- **Focalisation sur les hébergeurs du tourisme vert en Bretagne (Vacances à la ferme, ferme-auberge...)**

■ Objectif / question.

- Etudier l'impact de certaines informations contenues dans des sites sur les comportements adoptés par les visiteurs
- 1^{er} temps : Etat des lieux (Sites ?, caractéristiques, effets de l'existant ?)
- 2^{ème} temps : Expérimentations avec sites modifiés
- Impact des informations graphiques (photos...)
- Impact des informations textuelles (historiques, histoires)
- Impact des prestations contenues (tarifs, prestations...)

■ Méthodologie.

- 1^{er} temps enquête et analyse des différences de style et d'efficacité des sites existants (états des lieux, comparatifs...)
- 2^{ème} temps évaluation profonde par entretien auprès d'internautes en situation d'exploration des sites
- 3^{ème} temps modification de sites (manipulation expérimentales de certaines informations) et leur impact réel sur les internautes.

■ Résultats.

- 1^{ers} constats : L'enquête « Etat des Lieux »
- Une forte présence sur Internet des hébergeurs du tourisme vert
- Forte variabilité de la qualité des sites, de leur maintenance
- Impact très variable des sites sur l'efficacité commerciale (de 0 % de clients à près de la moitié pour d'autres)
- Sites personnels plus efficaces que les sites commerciaux (évalués comme plus authentiques, plus sincères, plus originaux par les internautes)

■ Résultats.

- Expérimentations : Achevées ou en cours pour d'autres
- La présence de photographies de l'environnement du site à plus d'impact que les descriptifs. Le noir & blanc dans certaines situations (phot intérieures) renforce le caractère authentique
- Des informations sur l'histoire du lieu d'accueil (généalogie de la famille, date d'existence de la ferme...) ont un impact positif sur sa perception
- Un livre d'or avec commentaires de clients a un impact considérable sur les demandes de renseignements.
- La présence de certaines informations contextuelles (exemples sons de basse-cour) à un impact fort sur la perception du caractère authentique et sur le nombre de demande d'information des internautes.