

# Digitalisation et fracture numérique, un défi pour le secteur touristique

Nicolas Dalaidenne,

C tout Com SRL, Professeur de Réseaux sociaux, Community management, Stratégie socio-numérique Haute Ecole Albert Jacquard (Namur).

#RWET2024

Rencontres Wallonnes du  
**E-TOURISME**  
#RWET2024

**30 JANVIER 2024**

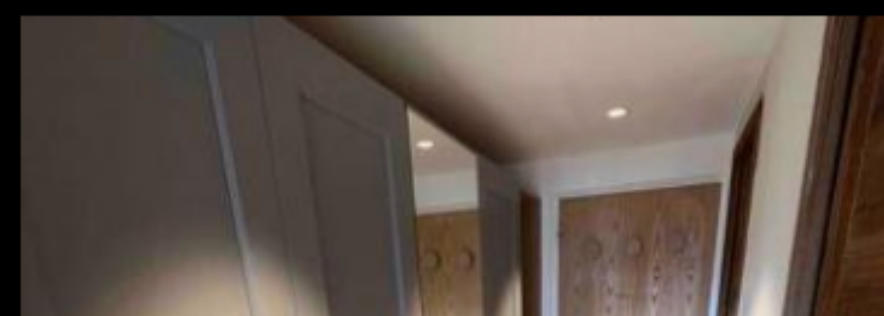
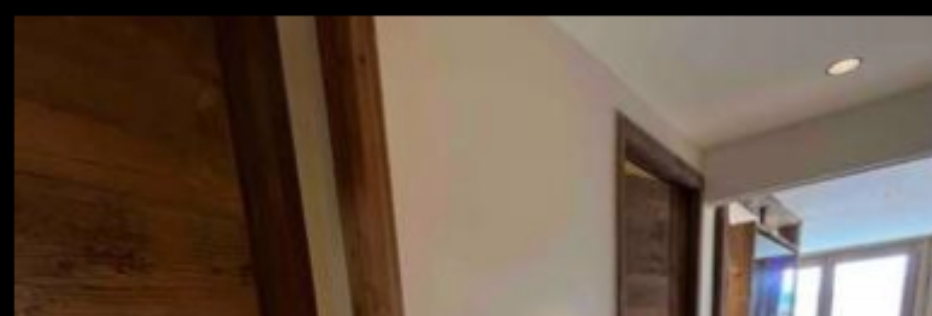


11:58

4G 64

< Retour

Photos



Voir les options

# Sommaire

- Introduction
- Quelques chiffres
- Baromètre Digital Wallonia 2023
- Parle-t-on encore de fracture numérique ?
- "enthousiastes" et "éloignés du numérique"
- Crise de confiance ou crise de méfiance
- Quelques exemples
- Stratégie marketing avec une vision 360°
- Questions-Réponses







# Quelques chiffres en Belgique



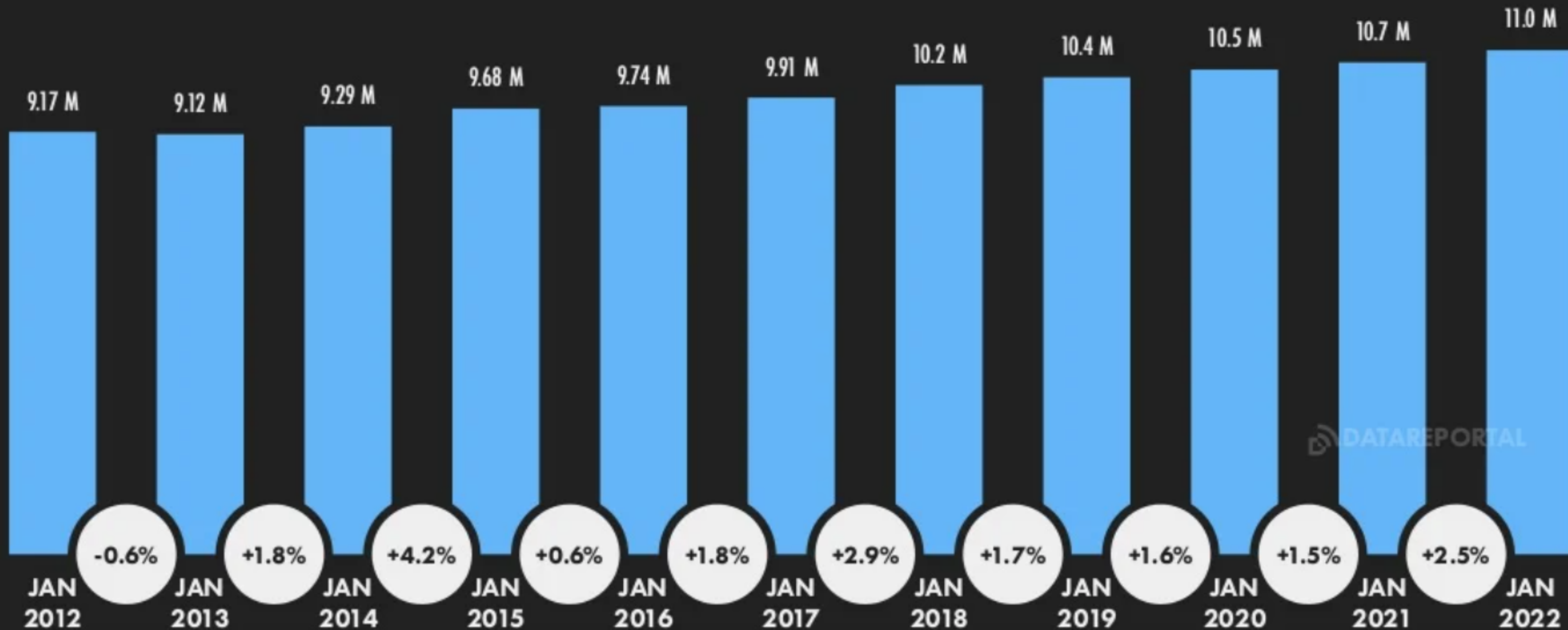
FEB  
2022

# INTERNET USERS OVER TIME

NUMBER OF INTERNET USERS AND YEAR-ON-YEAR CHANGE



BELGIUM



DATAREPORTAL

25

**SOURCES:** KEPIOS ANALYSIS; ITU; GSMA INTELLIGENCE; EUROSTAT; GWI; CIA WORLD FACTBOOK; CNNIC; APJII; LOCAL GOVERNMENT AUTHORITIES. **NOTE:** WHERE LETTERS ARE SHOWN NEXT TO FIGURES ABOVE BARS, "K" DENOTES THOUSANDS (E.G. "123 K" = 123,000), "M" DENOTES MILLIONS (E.G. "1.23 M" = 1,230,000), AND "B" DENOTES BILLIONS (E.G. "1.23 B" = 1,230,000,000). WHERE NO LETTER IS PRESENT, VALUES ARE SHOWN AS IS. **ADVISORY:** DUE TO COVID-19-RELATED DELAYS IN RESEARCH AND REPORTING, FIGURES FOR INTERNET USER GROWTH AFTER 2020 MAY UNDER-REPRESENT ACTUAL TRENDS. SEE [NOTES ON DATA](#) FOR MORE DETAILS. **COMPARABILITY:** SOURCE AND BASE CHANGES. FIGURES MAY NOT MATCH OR CORRELATE WITH FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we  
are  
social

KEPIOS

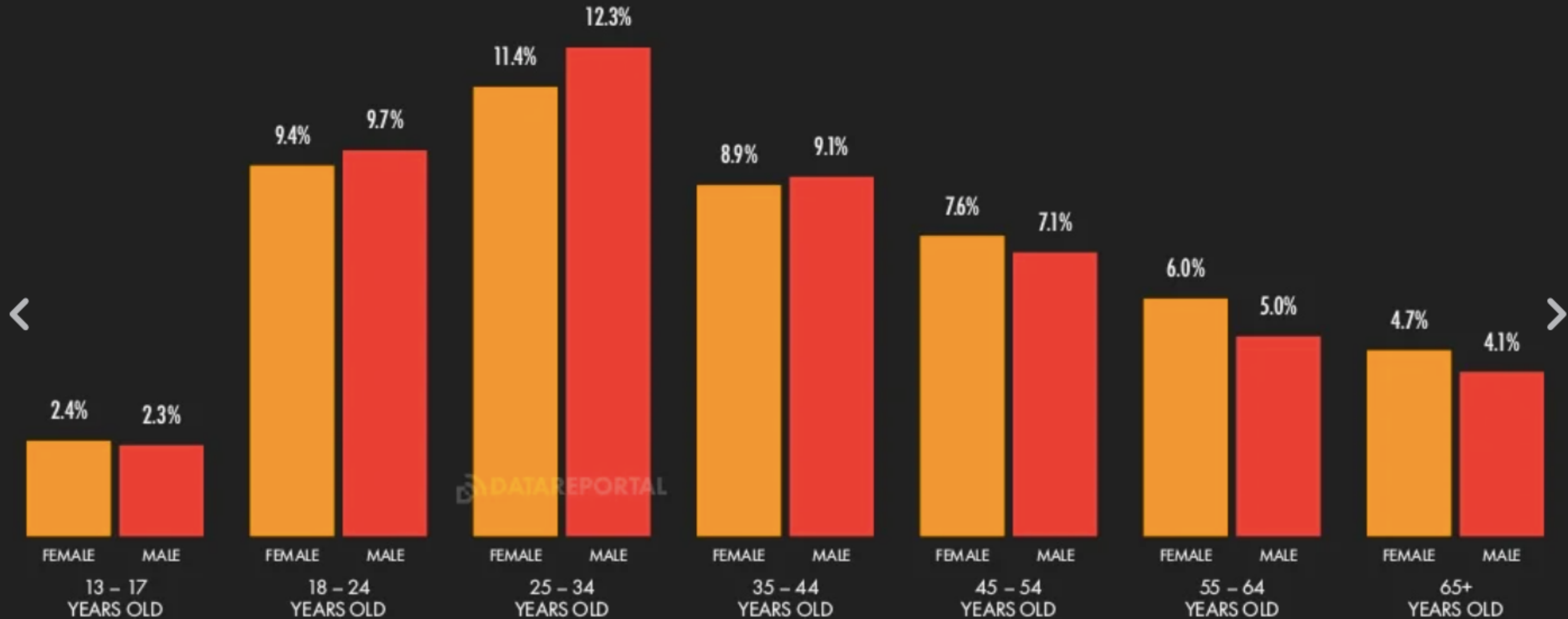
FEB  
2022

# DEMOGRAPHIC PROFILE OF META'S AD AUDIENCE

SHARE OF COMBINED, DEDUPLICATED POTENTIAL ADVERTISING REACH ACROSS FACEBOOK, INSTAGRAM, AND MESSENGER, BY AGE AND GENDER



BELGIUM



50

**SOURCES:** KEPIOS ANALYSIS; META'S ADVERTISING RESOURCES. **NOTE:** META ONLY PERMITS PEOPLE AGED 13 AND ABOVE TO USE ITS PLATFORMS, SO WHILE THERE MAY BE USERS BELOW THE AGE OF 13, THEY DO NOT FEATURE IN THE AVAILABLE DATA. META'S ADVERTISING RESOURCES ONLY PUBLISH GENDER DATA FOR "FEMALE" AND "MALE". **COMPARABILITY:** IMPORTANT BASE DATA REVISIONS AND SOURCE REPORTING CHANGES. VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH VALUES PUBLISHED IN OUR PREVIOUS REPORTS.

we  
are  
social

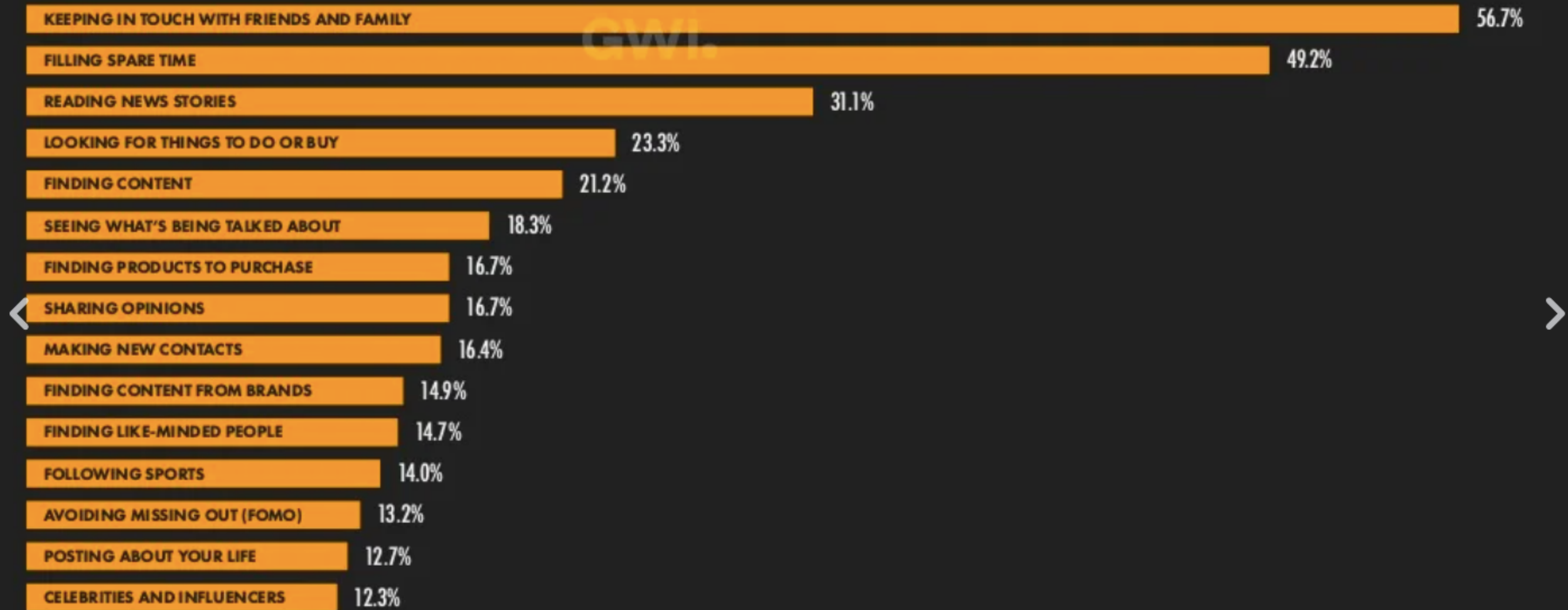
FEB  
2022

# MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



BELGIUM





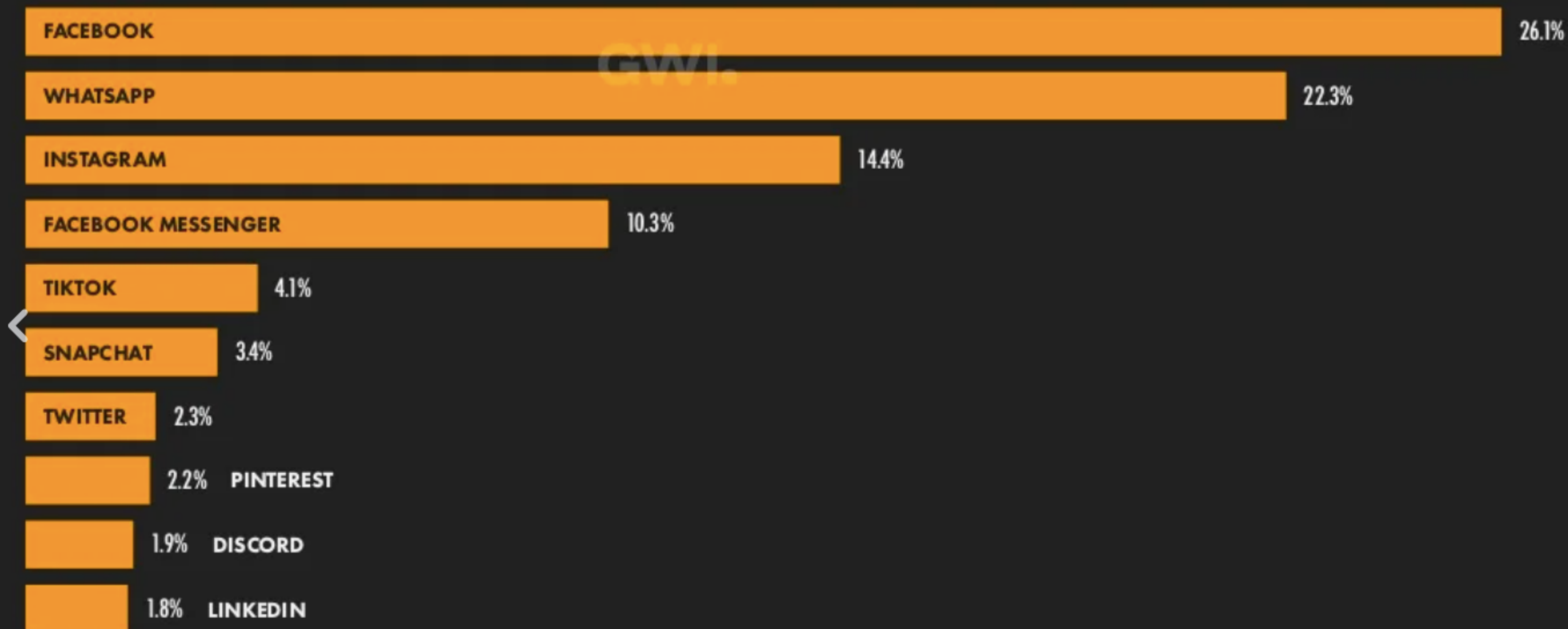
FEB  
2022

# FAVOURITE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THAT EACH OPTION IS THEIR "FAVOURITE" SOCIAL MEDIA PLATFORM



BELGIUM



53

SOURCE: GWI (Q3 2021). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](http://GWI.COM) FOR FULL DETAILS. NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY.

we  
are  
social

KEPIOS



# Baromètre Digital Wallonia 2023





## Le Baromètre Digital Wallonia

Outre les indicateurs d'équipements (ordinateurs, smartphones, objets connectés, ...) et d'usages numériques (réseaux sociaux, e-commerce, e-administration, ...), le baromètre Digital Wallonia 2023 de maturité numérique des citoyens wallons réalisé par l'Agence du Numérique propose une analyse détaillée de la perception des compétences numériques et de la fracture numérique.



## Statut quo

- 96% des ménages disposent d'au moins un terminal numérique (idem 2021).
- 95% (+1%) des domiciles sont connectés à Internet.
- 94% des Wallons ont utilisé Internet en 2022 et 89% (-1%) l'utilisent quotidiennement.
- Smartphone : terminal préféré > 92% de foyers équipés (+2%).
- 89% des acheteurs en ligne utilisent Internet pour s'informer sur certains produits ou services avant de les acheter.

# L'effet Covid particulièrement dans le secteur du tourisme


La crise sanitaire a bousculé les habitudes d'achat sur Internet.

Les voyages, les réservations de vacances > régression importante et inévitable

Les tickets de transport > progression de 19 points,

Les achats en ligne concernant la catégorie des voyages, réservations et locations de vacances > augmentent de 5 points.

Les 65+ restent de grands consommateurs de voyages



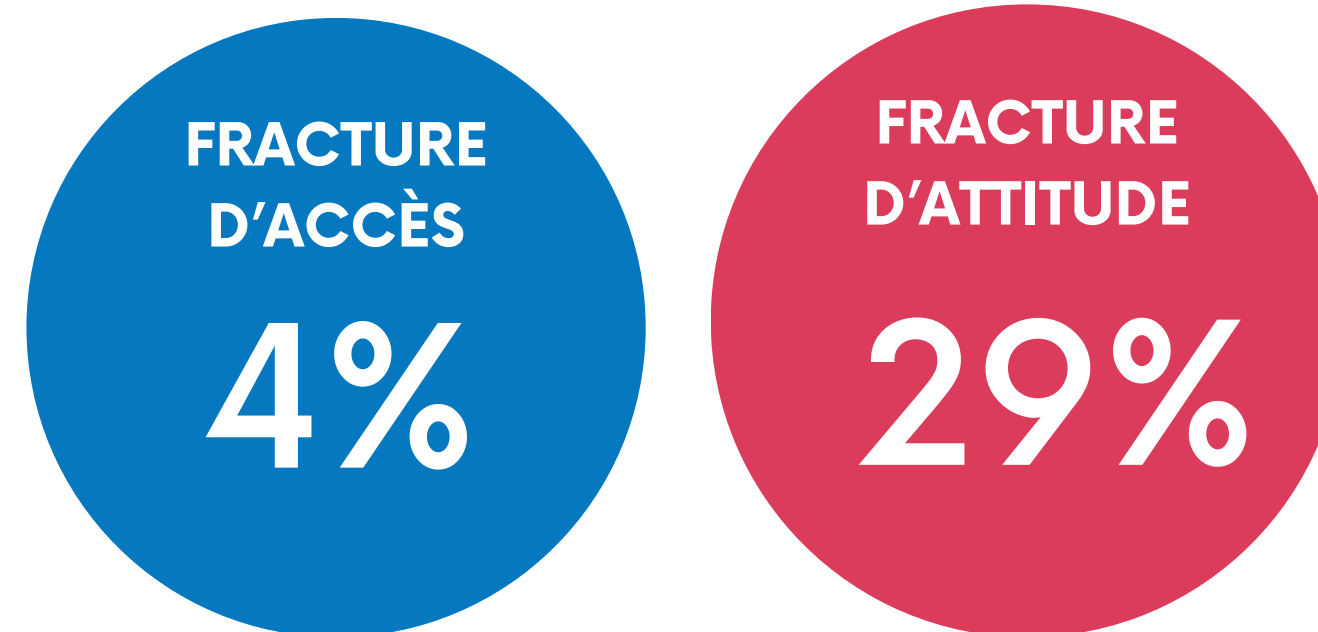
Parle-t-on  
encore de  
fracture  
numérique ?



# La fracture numérique diminue globalement

21% des citoyens wallons estiment ne pas détenir les compétences numériques suffisantes et 36% souhaiteraient bénéficier de formation.

La fracture numérique continue à évoluer. Si elle diminue globalement, elle cache des réalités de plus en plus disparates et complexes.



A-t-on peur du numérique parce qu'on ne sait pas l'utiliser ? N'utilise-t-on pas le numérique parce que nous en avons peur ?

## Dès 60 ans ...

6% des Wallons n'ont jamais utilisé Internet !

Principalement 75+ (diminution dès 60+)

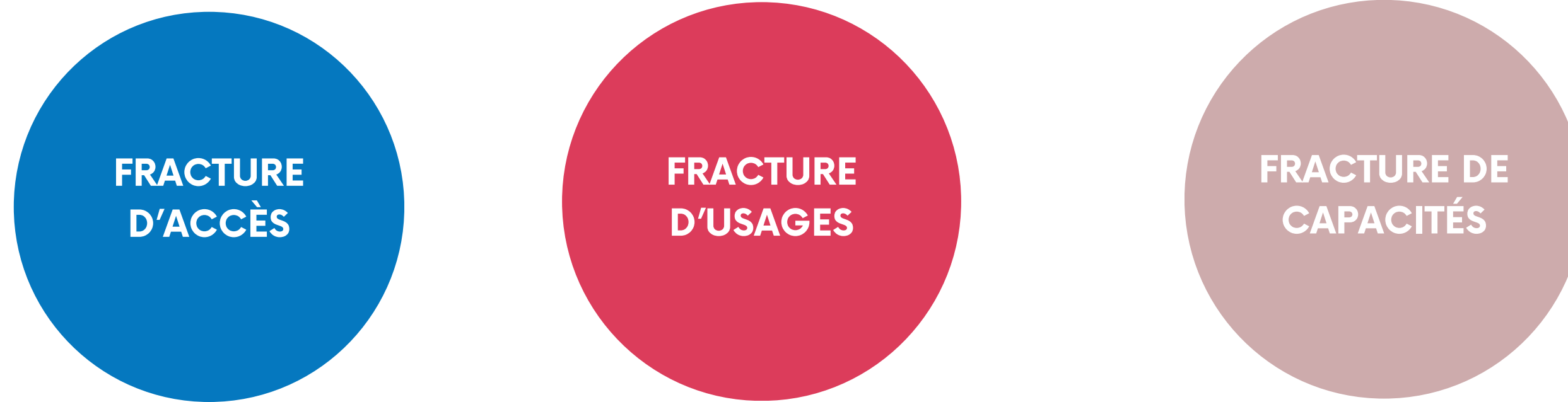
Parmi les obstacles qui empêchent certaines personnes d'utiliser Internet, on trouve :

- la complexité d'utiliser un ordinateur ou Internet (37%),
- le manque d'utilité ou d'intérêt (35%),
- l'âge et l'habileté insuffisante (28%),
- la perception d'un manque de sécurité sur Internet (10%).
- 

Mais même si ces personnes ne sont pas utilisatrices directes d'Internet, il n'en demeure pas moins qu'elles continuent à être consommatrices, via une aide extérieure.



## Evolution sur 10 ans



Fracture de capacité = capacité à identifier et percevoir les opportunités offertes par le numérique (perception positive, confiance, etc.) et à comprendre comment utiliser le numérique de manière adéquate (connaissance et savoir-faire), sur fond de culture numérique à construire.

La fracture numérique continue d'être importante puisqu'on peut dire que son niveau ne semble pas avoir diminué par rapport aux précédentes années, malgré des progressions positives au sein de plusieurs indicateurs.

"enthousiastes"  
et "éloignés du  
numérique





## Fossé entre éloignés et enthousiastes du numérique

Le constat de l'Agence du Numérique est que la fracture d'attitude face au numérique illustre un fossé entre les deux profils extrêmes : 14 % de enthousiastes et 29 % d'éloignés.

Ce contraste mérite une attention particulière tant le lien entre la peur et la perception de compétences est étroit.

A-t-on peur du numérique parce qu'on ne sait pas l'utiliser ?

N'utilise-t-on pas le numérique parce que nous en avons peur ?

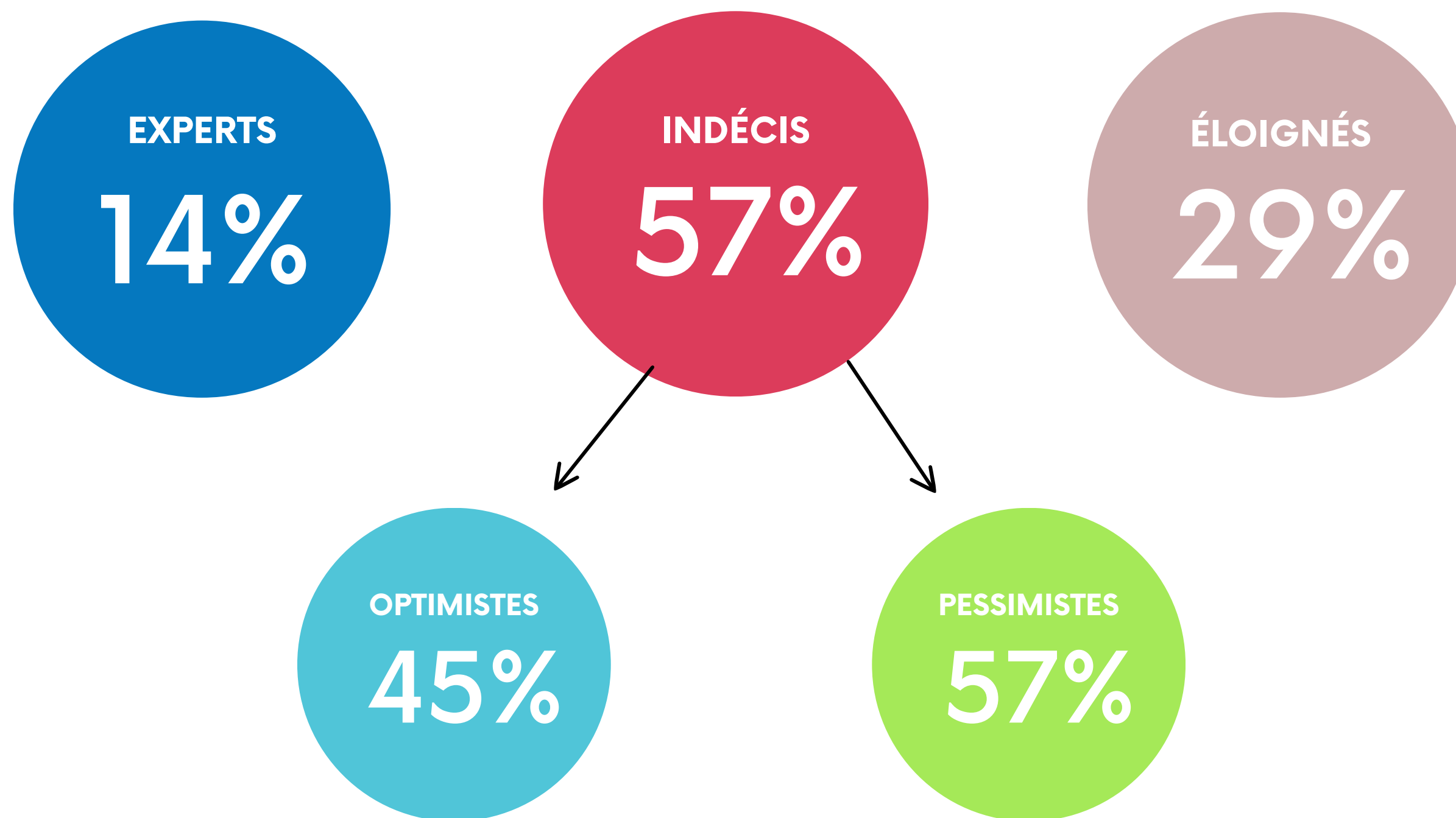
Alors que les citoyens wallons utilisent de plus en plus le numérique dans leur vie quotidienne, certains se sentent, globalement, de moins en moins compétents et confiants dans leurs pratiques.



# Crise de confiance ou crise de méfiance



# Profils des citoyens wallons face au numérique





## Une question de confiance ?

- 35% des Wallons ne font pas confiance aux technologies.
- 77% des citoyens se sentent capables d'acquérir des compétences numériques.
- 7 Wallons sur 10 se sentent mieux informés grâce à Internet.
- 55% des Wallons estiment ne plus avoir de contrôle sur les informations personnelles qui sont collectées.
- La moitié des Wallons sont curieux de connaître les applications et les possibilités de l'Intelligence artificielle.



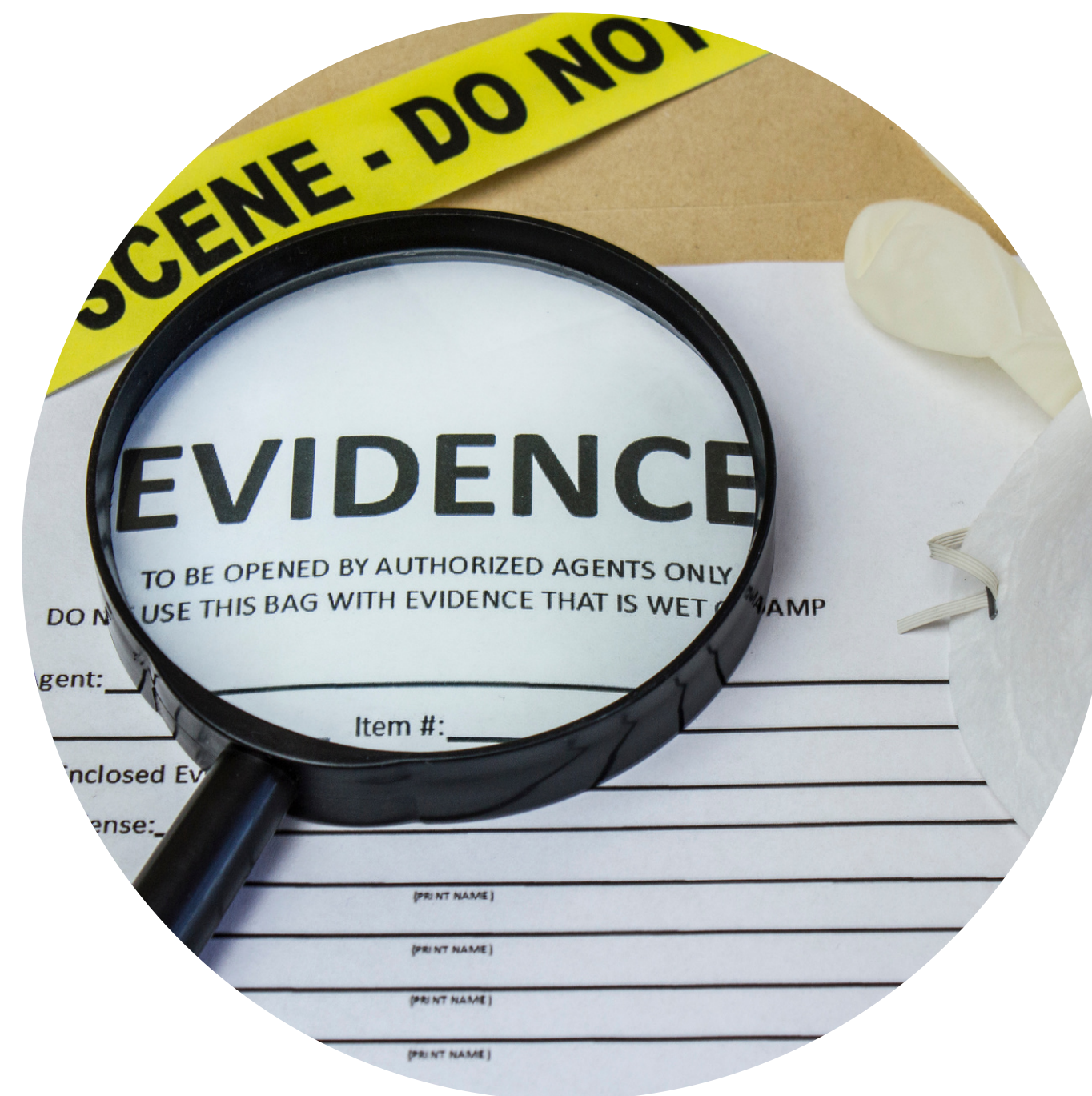
## Quels obstacles ?

Quelques obstacles empêchent une partie de votre potentielle clientèle (et pas uniquement les plus âgés) d'utiliser Internet pour choisir un opérateur touristique :

- la fracture numérique (complexité d'utiliser un ordinateur ou Internet, âge et habileté insuffisante, ...) ;
- le manque d'utilité ou d'intérêt ;
- la perception d'un manque de sécurité avec la peur des arnaques en ligne, les mails frauduleux et autres escroqueries qui font miroiter des offres immanquables.



# La preuve par l'exemple





# Booking



# Booking

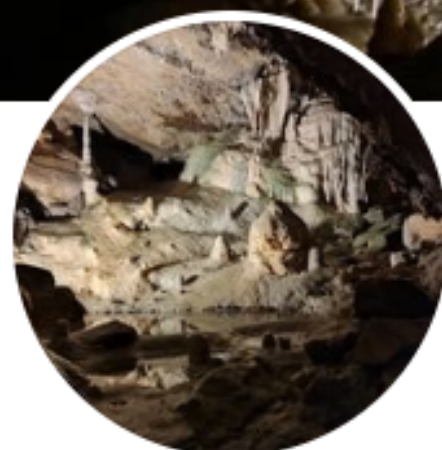


## Que s'est-il passé ?

- ✗ J'ai été trompé par la qualité des photos et de l'endroit qui avait l'air très cosy, je les ai montrées à des amis qui m'ont dit « Oh ça a l'air super » ;
- ✗ Je pensais que tous les logements proposés par Booking.com étaient contrôlés (visiblement non) ;
- ✗ J'ai été attiré par le prix avantageux de ce « nouvel » endroit ;
- ✗ Je n'ai pas prêté attention aux commentaires, ce que je fais d'habitude toujours, mais il n'y en avait pas, puisque le logement était « récent » ;
- ✗ J'ai réservé rapidement, trop rapidement, pour ne pas « rater » cette belle occasion, pourtant je connais la stratégie de marketing de visibilité agressive et d'urgence de Booking.com ;
- ✗ Satisfait de ma « trouvaille exceptionnelle », je n'ai pas vérifié sur Google.



# Les Grottes de Hotton



## Grottes de Hotton

1,9 K J'aime • 2 K followers

[Nous contacter](#)

[J'aime déjà](#)

[Rechercher](#)

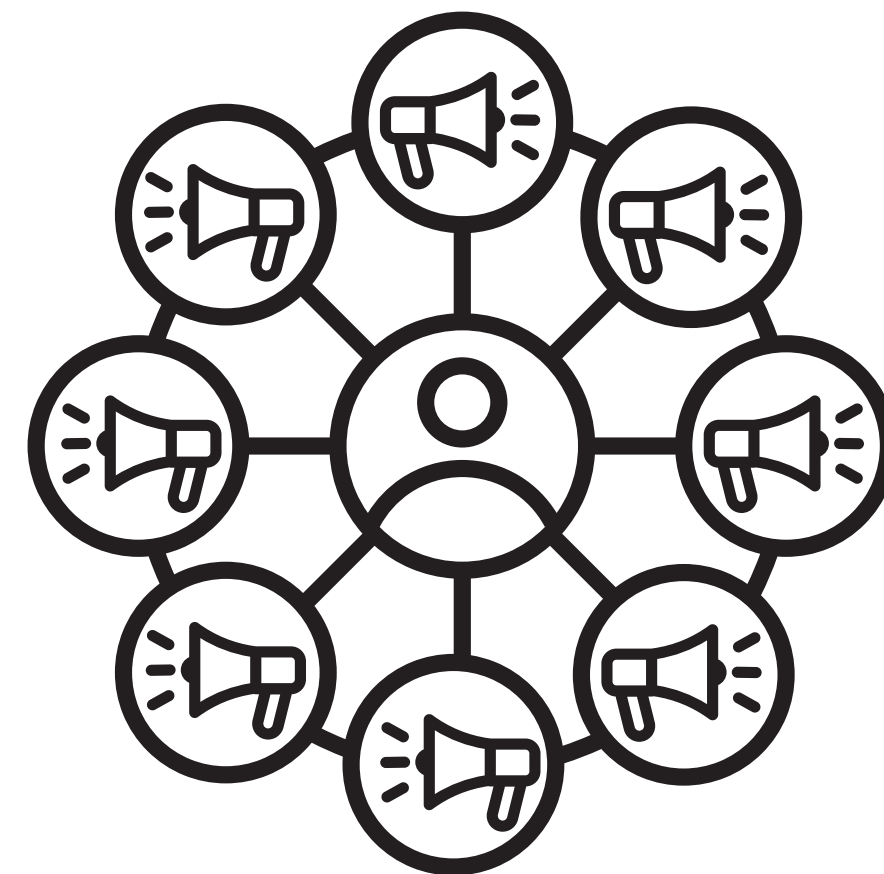


Stratégie  
marketing  
vision 360°



# 360°

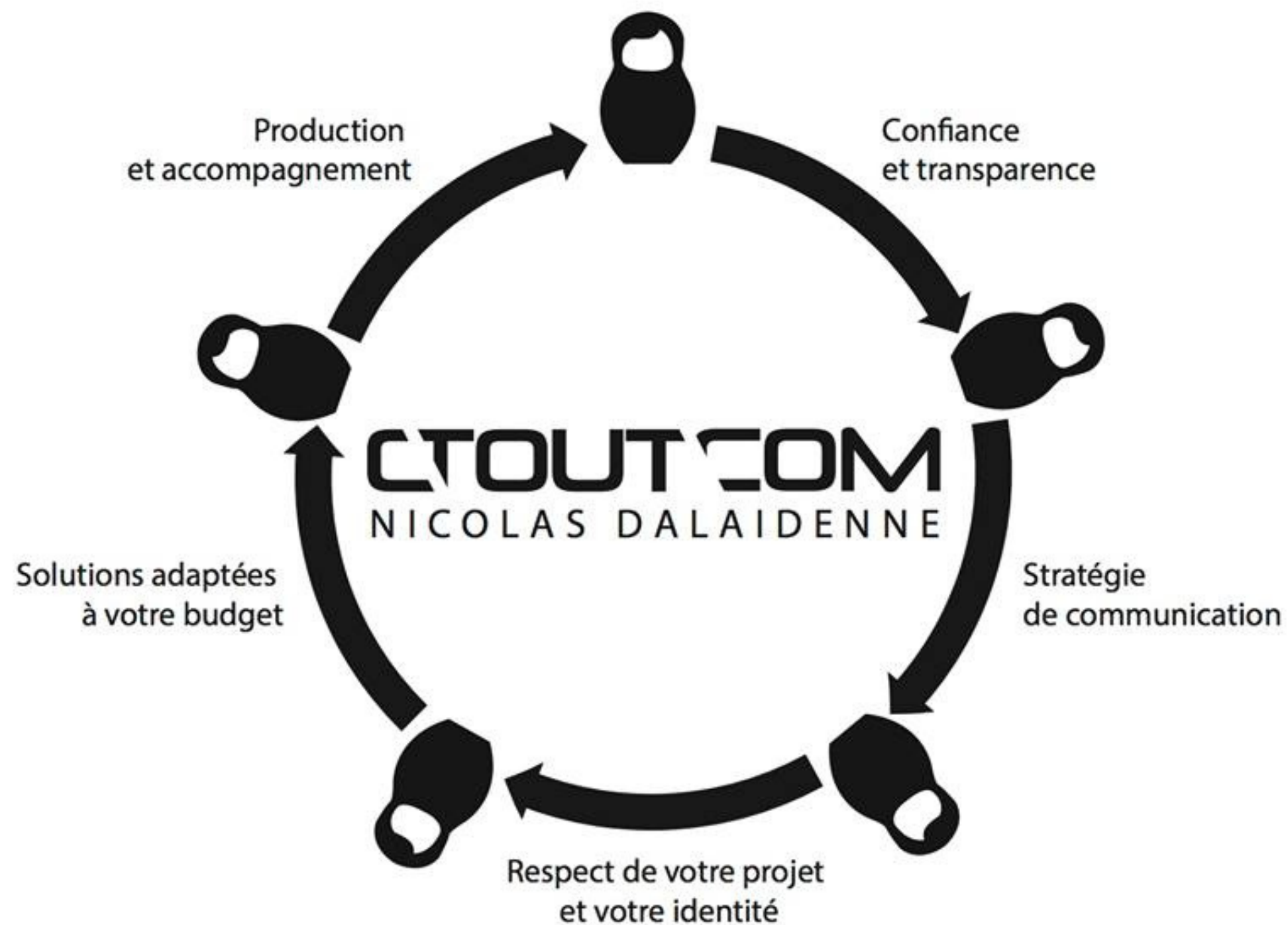
La communication multicanale reste l'élément central d'une stratégie marketing réussie en s'appuyant sur une vision 360° de sa cible qui répond à la fois aux besoins d'immédiateté des clients avec le numérique, tout en entretenant un contact permanent de terrain et sur le long terme avec les autres canaux de communication.





# Questions Réponses





## Ressources

- Digitalwallonia.be (Olivier RUOL de l'Agence du Numérique)
- We Are Social
- Grottes de Hotton
- C tout Com SRL (c2com.be)

Rencontres wallonnes du e-tourisme 2024  
C tout Com SRL  
Nicolas DALAIDENNE