

<http://www.lanouvellerepublique.fr/Vienne/Actualite/Economie-social/n/Contenus/Articles/2016/11/20/Tripadvisor-fait-la-pluie-et-le-beau-temps-2908741>

Tripadvisor fait la pluie et le beau temps

20/11/2016



« C'est un baromètre très fiable de la satisfaction des clients », explique le patron de La Vallée des Singes, à Romagne - (Photo d'archives, Patrick Lavaud)

Le site qui permet aux internautes de poster leur avis et de noter les destinations touristiques est devenu incontournable pour les professionnels.

Dans le milieu, les professionnels du tourisme parlent de Trip, comprenez Tripadvisor. En quelques années, ce site Internet américain offrant des avis et des conseils touristiques de consommateurs est devenu incontournable.

« C'est la première chose que je regarde sur mon ordinateur en arrivant au bureau le matin et encore souvent tard le soir sur l'appli de ma tablette », avoue Emmanuel Le Grelle, le directeur de La Vallée des Singes, à Romagne. « J'y attache une importance extrême. C'est un baromètre très fiable de la satisfaction des visiteurs. Or, nous ne sommes pas au bord d'une autoroute et nous n'avons pas des centaines de milliers de clients captifs à proximité ; nous sommes dans un coin complètement perdu et les visiteurs qui font l'effort de venir jusqu'à nous doivent être 100 % satisfaits. Nous devons être au top. »

Sur Tripadvisor, les visiteurs postent des commentaires et attribuent des notes. Ils

contribuent donc à améliorer ou à dégrader la réputation en ligne des sites. Et quand deux millions de personnes sont accueillies chaque année, l'enjeu est crucial.

" Le client a pris le commandement "

« *Le client a pris le commandement ; nous sommes dépossédés de notre communication* », explique Rodolphe Bouin, le directeur général adjoint du Futuroscope. « *On estime que 40 % de nos visiteurs se sont rendus sur Tripadvisor avant de venir ; c'est une proportion forte. Cela devient une vitrine du parc au même titre que notre propre site Internet.* »

Le Futuroscope ne se contente donc pas de lire les avis pour améliorer ses services : « *On aurait parfois tendance à déclencher un plan d'action à cause de deux avis négatifs.* » Il répond aux commentaires, comme il le fait sur sa page Facebook : « *Cela fait partie des missions de nos community managers* », précise Rodolphe Bouin. « *Pas systématiquement mais pour remercier des visiteurs ou corriger si des choses sont fausses.* »

Certains clients en profitent parfois pour demander à être remboursés en menaçant de publier des commentaires assassins. D'autres ne se privent pas après un séjour décevant. « *Une usine à fric artificielle sous couvert de nature recomposée* », écrivait cette semaine un père de famille d'Angoulême venu passer trois jours en famille au Center Parcs du Bois des Daims, près de Loudun. « *Si vous aimez le carton-pâte, l'artificiel, les suppléments pour tout même le wifi, la foule et un prix très élevé, allez-y. Pour ma part, on ne m'y reprendra plus!* » Heureusement, sur les 2.354 avis postés depuis l'ouverture du village de vacances, en juin 2015, seules 90 notes figurent dans la catégorie « Horrible ».

" De la com qui coûte zéro "

« *On répond dans le cas d'un avis médiocre mais ils sont rares* », souligne le patron de La Vallée des Singes. « *Nous avons choisi d'être transparents en faisant apparaître les derniers commentaires de Tripadvisor directement sur notre site.* » Bien noté par les clients, le parc animalier de Romagne se retrouve à la 6^e place dans le Top 10 des zoos et aquariums au niveau national, après avoir longtemps été premier. Il bénéficie surtout du « Certificat d'excellence » récompensant les établissements qui reçoivent régulièrement des avis exceptionnels de la part des voyageurs sur TripAdvisor.

Au 4^e rang du Top 10 des parcs d'attraction, le Futuroscope talonne Le Puy du Fou et les deux parcs Disney. « *Les premiers ne sont pas forcément les mieux notés ; on ne sait pas trop comment ça marche car l'algorithme de Tripadvisor est tenu secret* », précise le directeur général adjoint du parc poitevin. Qui ne s'en plaint pas pour autant : « *C'est très positif pour le Futuroscope, c'est de la bonne publicité et nous avons reçu un joli prix pour notre restaurant. C'est de la com qui coûte zéro.* » À condition – et ce n'est pas rien –, que les visiteurs soient satisfaits.

Baptiste Bize