

## Communiqué de presse

Paris, le jeudi 2 avril 2015

# « Les Français et la réservation en ligne » Une étude OpinionWay\* pour Doctolib, Balinea et LaFourchette. 77% des Français ont déjà pris un RDV ou fait une réservation sur le Web.

**Les Français ont-ils pris l'habitude d'utiliser Internet pour réserver leur restaurant, leur RDV chez le médecin, leur coiffeur ou leur spa ? Balinea, Doctolib et LaFourchette, ont voulu faire analyser cet usage, pour la première fois en France, par OpinionWay\*. Trois constats majeurs :**

- ce système est plus ou moins mature, les nouveaux acteurs gagnant vite du terrain,
- Internet et le mobile sont deux outils qui simplifient la prise de RDV, offrant un accès aux disponibilités et à l'information sur les prix,
- et surtout, ce marché a un potentiel considérable.

Les Français apprécient le côté pratique de la prise de RDV en ligne. Mais ils sont en recherche de simplification de la prise de rendez-vous d'une façon générale, et sont demandeurs d'informations (plan d'accès, horaires, détails sur le prestataire ou le praticien, transparence sur les prix, etc.). Un univers encore jeune, mais une pratique déjà très ancrée chez les Français : **77% ont déjà fait une réservation/pris un rendez-vous sur Internet**, tous secteurs confondus.

### **Petit rappel historique :**

La réservation en ligne avance depuis près de 20 ans, initiée par Booking.com, en 1996 à l'international. En France, ce sont les **billets d'avion et de train, les hôtels et les spectacles** qui ont ouvert ce marché : Lastminute.com, en 1999, Voyages-sncf.com en 2000, Billetreduc.com en 2002 et Expedia.fr, en 2004.

### **Puis ont suivi :**

- en janvier 2007, le secteur de la **restauration** avec LaFourchette.com,
- fin 2010, l'univers des **instituts de beauté et coiffeurs** avec Balinea.com
- et en octobre 2013, la prise de **rendez-vous médicaux** avec Doctolib.fr

## **La réservation en ligne est plus ou moins mature selon les secteurs**

Parmi les Français ayant déjà fait une réservation ou pris un rendez-vous (tous moyens confondus) pour l'une de ces activités, on constate **un vrai fossé entre :**

### **les 3 secteurs les plus récents, pour lesquels l'offre est encore en construction :**

- 9% ont utilisé Internet pour réserver un RDV chez le médecin,
- 10% ont utilisé Internet pour réserver chez un coiffeur ou un institut de beauté,
- 31% ont utilisé Internet pour réserver un restaurant.

### **et les 3 secteurs historiques :**

- 73% ont réservé sur Internet pour les spectacles,
- 77% sur Internet pour les hôtels,
- 83% sur Internet les voyages en avion, train ou voiture.

## **Le mobile, un vecteur d'accélération de croissance**

Aujourd'hui, avec le taux d'équipement mobile massif des Français, on constate que **la proportion des rendez-vous pris sur Internet via un mobile vs ceux pris depuis un PC** est nettement plus importante

pour les secteurs plus récents :

- la restauration (38%, soit 12% vs 31%),
- des soins beauté & bien-être (60%, soit 6% vs 10%),
- et des RDV médicaux (55,5%, soit 5% vs 9%)

que pour les marchés « historiques » réservables en ligne :

- les voyages en avion, train ou voiture (19%, soit 16% vs 83%),
- les hôtels (15,6%, soit 12% vs 77%),
- les spectacles (15,6%, soit 12% vs 73%).

### Un potentiel de développement considérable...

On constate que les Français se sont familiarisés avec la réservation en ligne sur les secteurs « historiques » (transports, hôtels et spectacles), du fait notamment des changements d'usages liés au Web et au mobile. Dans les trois nouveaux secteurs, la proportion de RDV pris sur Internet augmente régulièrement par rapport aux réservations réalisées par téléphone ou en face à face, et leur potentiel de développement est très important :

- **pour les RDV médicaux** : 7% des Français ont réservé en ligne vs 67% « offline », au total 74% des Français sont concernés,
- **pour les coiffeurs et Spa** : 6% des Français ont réservé en ligne vs 52% « offline », au total 58% des Français sont concernés,
- **pour les restaurants** : 21% des Français ont réservé en ligne vs 45% « offline », au total 66% des Français sont concernés.

D'autant que la possibilité de réserver un service sur Internet depuis son mobile (smartphone, tablette) constitue **un avantage pour 64%** des personnes interrogées :

- à égalité Hommes-Femmes : 64%
- surtout pour **les moins de 35 ans** : 71% de réponses positives, vs **69% pour les 35-49 ans**, et 57% pour les 50 ans et plus.
- Légèrement plus **en région parisienne (66%)** qu'en province (64%).

### ... et des bénéfices clairs...

Les principaux avantages de la réservation via Internet, évoqués par les Français interrogés, sont très clairs (*deux réponses possibles*) :

- **La disponibilité** : pour 74%
  - Pouvoir réserver facilement à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit : 51%
  - Accéder d'un coup d'œil à toutes les disponibilités : 31%
  - Pouvoir prendre RDV sans avoir à téléphoner : 15%
- **Les conseils et avis** : pour 57%
  - Pouvoir comparer différents services entre eux : 27%
  - Pouvoir faire une recherche selon plusieurs critères : 22%
  - Pouvoir consulter les avis des autres utilisateurs : 17%
- **L'information** : pour 21%
  - Pouvoir visualiser des photos du lieu : 15%
  - Pouvoir localiser le service sur un plan : 7%

Les critères de recherche les plus importants pour les sondés lors d'une réservation en ligne étant en 1er « **les prix** » pour **72%**, la transparence sur les tarifs pratiqués étant un des atouts d'Internet, et en 2<sup>ème</sup> position « **les informations fournies sur les prestataires et les services** » pour **32%**.

### ... qui peuvent faire basculer les usages

Ces bénéfiques viennent peu à peu apporter une réponse à la part des Français qui trouve encore compliqué de prendre un rendez-vous pour ces prestations :

- **32% des sondés, pour la prise de rendez-vous chez un médecin en général** (35% pour les 18-34 ans)
- **18%** pour les voyages en avion, train ou voiture, (22% pour les 18-34 ans)
- **11%** pour les réservations d'hôtels, (15% pour les 18-34 ans)
- **9%** pour les spectacles, (10% pour les 18-34 ans)
- **8%** pour le coiffeur ou un soin en institut de beauté, (10% pour les 18-34 ans)
- **et 7%** pour les restaurants (10% pour les 18-34 ans).

### Et demain ?

La prise de rendez-vous en ligne présente donc de nombreux avantages au quotidien, appréciée pour sa facilité d'accès jour et nuit et sa capacité à délivrer toutes les informations nécessaires, mais elle représente aussi un vrai « plus » face à notre grande mobilité : pour 88% des Français, il est très utile ou utile de pouvoir identifier des services via Internet s'ils se trouvent dans une ville qu'ils ne connaissent pas.

« Les acteurs historiques sont américains (Ticketmaster, Booking, Expedia) mais sur ces nouveaux secteurs, on assiste à l'émergence de pure-players français. » **déclare Stanislas Niox-Chateau, Président Cofondateur de Doctolib** « Les Français étant de plus en plus équipés en high-tech, on peut aisément imaginer que demain une majorité de Français utilisera cet outil pour prendre des réservations ou réserver des rendez-vous chez son médecin par exemple. Et aussi que d'autres secteurs s'ouvriront à la réservation en ligne, séduits par l'attractivité de ce modèle. »

« La réservation en ligne n'en est qu'à ses prémices. » **ajoute Valérie Abehsera, Cofondatrice et Directrice Générale de Balinea.** « Les chiffres des secteurs historiques laissent présager du potentiel de développement pour les secteurs plus récents ou à venir. La vitesse de changement d'usage de la part des internautes est aujourd'hui entièrement corrélée à la capacité des professionnels (médecins, coiffeurs, instituts de beauté, etc...) de proposer ce service ! »

« La réservation en ligne (et sur mobile) est de plus en plus une évidence pour les utilisateurs (hôtel, avion, train, ...taxis). Du fait de la fragmentation des secteurs comme la restauration, les professionnels ont mis plus de temps à s'y mettre que leurs clients mais depuis 2 ans, ils comprennent qu'Internet est pour eux une opportunité exceptionnelle de conquérir de nouveaux clients, de mieux les écouter, de « marketer » leur établissement auprès des Français et des touristes. » **complète Bertrand Jelensperger, cofondateur et Président de LaFourchette.**

---

\* Une étude OpinionWay réalisée **du 4 au 6 mars 2015** auprès d'un échantillon de **1053 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, et constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, après stratification par région et catégorie d'agglomération. OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

---

### A propos de Doctolib :

Doctolib ([www.doctolib.fr](http://www.doctolib.fr)) est le leader français de la recherche et prise de rendez-vous médicaux en ligne avec **1,5 million de patients** chaque mois. Fondée en octobre 2013 par Stanislas Niox-Chateau, Thomas Landais, Ivan Schneider et Jessy Bernal, Doctolib a pour objectif d'améliorer le quotidien des professionnels de santé et des patients en devenant « le Google de la santé ». La société emploie aujourd'hui **80 salariés** et compte des collaborateurs dans **15 villes** en France. Elle a levé successivement **1M€** en février 2014 et **4M€** en novembre 2014

auprès d'entrepreneurs français : Bertrand Jelensperger, Antoine Freysz, Olivier Occelli et Maxime Forgeot, rejoints par Pierre Kosciusko-Morizet et Pierre Krings.

### **A propos de Balinea :**

Balinea.com, (<http://www.balinea.com>) société cofondée fin 2010 par Valérie Abehsera, est le leader en France de la réservation beauté, coiffure et bien-être. Avec **1500 établissements sélectionnés** rigoureusement, **10 000 RDV par mois** (dont 30% pris depuis un mobile) et plus de **30 000 avis clients**, Balinea permet au grand public de trouver et réserver les meilleurs coiffeurs, Spas et instituts de beauté.

Aux professionnels du secteur, Balinea propose une solution en SaaS à la fois agenda en ligne et outil de gestion, leur permettant de maximiser leur remplissage et améliorer leur suivi clientèle. Chez ses partenaires, près de **40% des réservations sont faites en dehors de leurs horaires d'ouverture**, représentant un gain pérenne en chiffre d'affaires qui varie de +20% à +60%, ainsi qu'une réduction significative des coûts de gestion. La société, qui compte aujourd'hui **50 collaborateurs**, est financée par **Otium Capital**, la holding financière de Pierre-Edouard Stérin (fondateur de Smartbox).

### **A propos de lafourchette :**

lafourchette, une marque TripAdvisor®, est la plateforme de réservation de restaurants numéro 1 sur le marché européen, avec un réseau de plus de 20 000 restaurants et 6 millions d'utilisateurs par mois. La plateforme est opérée sous la marque déposée « lafourchette » en France, Belgique et Suisse, « eltenedor » en Espagne, « TheFork » en Italie et « TheFork.com » dans les pays anglophones.

lafourchette met les clients en relation avec les restaurants grâce à un moteur de recherche et de réservation en ligne, permettant aux propriétaires de restaurants d'augmenter leurs réservations et de fidéliser leurs clients. Les applications web et mobile de lafourchette, ainsi que les pages de restaurants et de villes TripAdvisor, donnent la possibilité aux clients de vérifier les disponibilités d'établissements en direct, de choisir un restaurant en fonction de multiples critères (emplacement, quartier, type de cuisine, avis, offres) et de réserver. La solution fournit également des outils de gestion des réservations en ligne et des réductions aux restaurants, ainsi que la possibilité de simplifier leurs opérations, d'améliorer leurs niveaux de services et de maximiser leur taux de remplissage.

TripAdvisor®, le plus grand site de voyage au monde\*, permet aux voyageurs de préparer et réserver le voyage parfait. TripAdvisor fournit de vrais conseils donnés par des voyageurs, ainsi qu'un large choix de destinations et de fonctions de préparation de voyages directement intégrées à des outils de réservation qui comparent des centaines de sites pour trouver les meilleurs prix d'hôtels. Les sites de la marque TripAdvisor rassemblent la communauté de voyageurs la plus vaste au monde, avec 315 millions de visiteurs uniques par mois\*\* et plus de 200 millions d'avis et d'opinions sur plus de 4,5 millions d'hébergements, de restaurants et d'attractions. Ces sites sont présents dans 45 pays, dont la Chine sous le nom [daodao.com](http://daodao.com). TripAdvisor possède également une unité dédiée aux professionnels du tourisme, TripAdvisor for Business, pour faciliter le contact avec les millions de visiteurs mensuels de TripAdvisor.

TripAdvisor, Inc. (NASDAQ : TRIP) gère et maintient des sites internet sous 24 autres marques de voyage : [www.airfarewatchdog.com](http://www.airfarewatchdog.com), [www.bookingbuddy.com](http://www.bookingbuddy.com), [www.cruisecritic.com](http://www.cruisecritic.com), [www.everytrail.com](http://www.everytrail.com), [www.familyvacationcritic.com](http://www.familyvacationcritic.com), [www.flipkey.com](http://www.flipkey.com), [www.thefork.com](http://www.thefork.com) (including [www.lafourchette.com](http://www.lafourchette.com), [www.eltenador.com](http://www.eltenador.com) and [www.iens.nl](http://www.iens.nl)), [www.gateguru.com](http://www.gateguru.com), [www.holidaylettings.co.uk](http://www.holidaylettings.co.uk), [www.holidaywatchdog.com](http://www.holidaywatchdog.com), [www.independenttraveler.com](http://www.independenttraveler.com), [www.jetsetter.com](http://www.jetsetter.com), [www.niumba.com](http://www.niumba.com), [www.onetime.com](http://www.onetime.com), [www.oyster.com](http://www.oyster.com), [www.seatguru.com](http://www.seatguru.com), [www.smartertravel.com](http://www.smartertravel.com), [www.tingo.com](http://www.tingo.com), [www.travelpod.com](http://www.travelpod.com), [www.tripbod.com](http://www.tripbod.com), [www.vacationhomerentals.com](http://www.vacationhomerentals.com), [www.viator.com](http://www.viator.com), [www.virtualtourist.com](http://www.virtualtourist.com), et [www.kuxun.cn](http://www.kuxun.cn).

\* Source : comScore Media Metrix pour les sites TripAdvisor, données internationales, décembre 2014

\*\* Source : Google Analytics, moyenne des visiteurs mensuels uniques, troisième trimestre 2014 ; à l'exception du trafic reçu par [daodao.com](http://daodao.com)

**Contact presse :** [presse@doctolib.fr](mailto:presse@doctolib.fr)