

Voyageurs en avion : connectés du domicile jusqu'à l'embarquement

31% des voyageurs en avion prêts à payer le prix d'un mois d'abonnement à Internet pour une connexion en vol

Les Français sont connectés, et ce surtout lorsqu'ils voyagent. liligo.com s'est penché sur le parcours du voyageur, du domicile jusqu'à l'embarquement. A quel moment se connecte-t-il ? Pour quel(s) usage(s) ? Que lui apporte la connexion à Internet à l'aéroport ? Et dans l'avion, quelles sont ses attentes en matière de connexion Internet ? Réponse avec cette étude orchestrée par Next Content pour liligo.com.

Une connexion Internet pendant le vol vivement souhaitée...

L'étude récemment réalisée pour liligo.com le confirme : les voyageurs sont aujourd'hui ultra connectés :

- ils sont 92% à détenir un appareil mobile (smartphone ou tablette),
- et 85% un smartphone.

Plus de **4 passagers sur 10 attendent la mise à disposition d'une connexion Internet en vol pour améliorer** leur expérience en avion. L'usage d'un appareil mobile est d'ailleurs plus valorisé qu'une meilleure restauration.

Par ailleurs, **1/3 des passagers utilisent fréquemment leur connexion Internet avant le décollage**. Cette proportion atteint **42% parmi les voyageurs fréquents** (3 vols ou plus dans les 12 derniers mois) : plus l'usage de l'avion est fréquent, plus la connexion est répandue.

8% des passagers avouent même se connecter après la demande de mise hors tension des appareils électroniques.

...même si cela implique de payer plus cher son billet d'avion !

41% des voyageurs se disent prêts à payer pour cette connexion Internet à bord. Et lorsqu'on leur demande si, dans le cadre d'un vol long-courrier, ils sont prêts à déboursier 30 euros supplémentaires pour disposer d'une connexion Internet illimitée pendant le vol... **31% répondent favorablement**. En d'autres termes, les voyageurs interrogés sont prêts à payer le prix d'un mois complet d'abonnement Internet à domicile pour surfer librement pendant leur vol.

Autre constat de cette étude : **35% des voyageurs envisagent même de payer via mobile, sans carte bleue, pour leurs achats à bord (films, musique en streaming ou encore consommations).**

Se connecter à Internet pour se divertir, évacuer le stress...

A l'aéroport, ce sont près des 2/3 des voyageurs qui se connectent souvent à Internet, ce qui les rend exigeants quant à la qualité de la connexion. L'objectif est d'occuper son temps en se divertissant mais aussi et surtout d'**utiliser des services en ligne pour leur permettre de mieux maîtriser les étapes, jugées stressantes, de leur parcours dans l'aéroport**. Identifier le bon quai d'enregistrement, la porte d'embarquement qui vient d'être modifiée, passer les portiques de sûreté... autant d'étapes suffisamment anxiogènes (car difficiles à maîtriser) pour justifier l'utilisation de son smartphone ou de sa tablette.

Par exemple, lorsqu'on demande aux voyageurs quelles informations ils aimeraient le plus recevoir à l'aéroport ou même avant d'y arriver, **les alertes les plus attendues** concernent les **retards des vols**, puis l'horaire d'embarquement.

Au delà, passant du temps à l'aéroport (entre 1h et 2h pour la majorité d'entre eux), les voyageurs en avion cherchent à **occuper au mieux leur temps d'attente**. Et ils sont **43% à le faire en se connectant à Internet**. Ils sont également **40% à jouer sur leur smartphone ou sur leur tablette**. La mise à disposition de services de divertissement (films, séries, musiques, journaux au format numérique) est dès lors leur premier souhait en matière de services connectés pour patienter à l'aéroport... après le confort des espaces d'attente.

...et être mieux guidés à l'aéroport

Ainsi, s'ils sont satisfaits de la signalétique dans les aéroports, les voyageurs n'en demandent pas moins **informations et alertes pour être encore mieux guidés et se localiser**. De l'enregistrement à la récupération des bagages, en passant par la rapidité du passage aux contrôles de sûreté, ils recherchent de la part des aéroports des efforts d'amélioration qui doivent leur permettre de **réduire l'incertitude sur les délais d'attente** et de bien anticiper.

Leur désir d'aéroport encore plus connecté pousse **63% des voyageurs** à se montrer intéressés par des services autour des **bagages connectés**, notamment pour leur permettre de localiser et suivre leur bagage pour le récupérer plus facilement.

De plus, quand on leur demande **s'ils sont prêts à sacrifier une partie de leur vie privée pour que l'aéroport leur propose des services en mobilité plus personnalisés**, ils sont une écrasante majorité à **s'y montrer favorables (73%)**, et 46% se déclarent même d'accord pour porter un capteur qui autoriserait de les localiser en permanence pour garantir une plus grande sécurité dans l'avion.

L'aéroport et l'avion connectés détiennent ainsi, désormais, d'importantes clés pour répondre aux préoccupations de voyageurs confrontés au double problème de l'ennui et du stress avant et pendant le vol. On peut se demander, aujourd'hui, dans quelle mesure les aéroports et les compagnies aériennes peuvent répondre à ces attentes tout en respectant des contraintes de sécurité de plus en plus présentes.

**Enquête en ligne auprès de 1044 voyageurs en avion ayant pris l'avion au moins 1 fois à titre privé dans les 12 derniers mois et au moins 1 fois par an dans les 2 dernières années*

Résultats complets de l'étude disponibles sur demande au service de presse



A propos de liligo.com

liligo.com est le premier moteur de recherche de voyage interrogeant plusieurs centaines de sites (agences de voyage, compagnies aériennes dont 70 low-cost, chaînes hôtelières, centrales de réservations, tour-opérateurs, loueurs de voitures...) et permettant d'accéder facilement à toutes les solutions de voyage disponibles en ligne, triées et présentées de manière impartiale. Exhaustif, objectif, innovant, liligo.com a pour mission d'aider l'internaute à trouver son voyage le plus simplement et le plus efficacement possible. liligo.com est disponible dans 15 pays et attire près de 3 millions de visiteurs uniques par mois.

A propos de Next Content

Next Content (www.next-content.com) est une société d'étude, de conseil et de formation spécialisée sur l'analyse des usages Web, des nouveaux comportements de consommation online et des stratégies digitales des entreprises. Next Content est notamment le producteur de l'Observatoire de l'e-tourisme et est également le créateur de l'évènement Next Tourisme (www.next-tourisme.com) qui réunit chaque année plus de 150 décideurs sur le thème de l'innovation numérique dans le tourisme.

Contacts Presse

KALIMA

01 44 90 82 51 / 06 76 75 51 45

Claire Caminati – ccaminati@kalima-rp.fr

Tygénia Saustier - tsaustier@kalima-rp.fr

