

Baromètre de l'e-tourisme en Aquitaine : le comportement des internautes sur les sites de tourisme en Aquitaine



24 Septembre 2007

- Baromètre de l'e-tourisme en Aquitaine : septembre 2005 à septembre 2006
 - Introduction de François Deluga, Vice-Président du Conseil Régional
 - Le Baromètre : analyse du comportement des internautes sur les sites web de tourisme en Aquitaine
 - Intervention du Pays du Grand Bergeracois
 - Conclusion
- Le nouveau projet sur 3 ans : septembre 2007-septembre 2010
 - Principes et objectifs
 - L'animation du projet et l'accompagnement des participants
 - Les modalités de participation

Le comportement des internautes sur les sites de tourisme en Aquitaine

- Période d'analyse :

- Du lundi 30 mai 2005 au dimanche 1er octobre 2006

- Périmètre :

- Sites de tourisme en Aquitaine : 53 sites

- Comparaison avec :

- Sites français de tourisme : 8 446 sites
- Sites français tous secteurs Internet : 96 679 sites

▪ Baromètre de l'e-tourisme en Aquitaine : le comportement des internautes sur les sites web de tourisme en Aquitaine

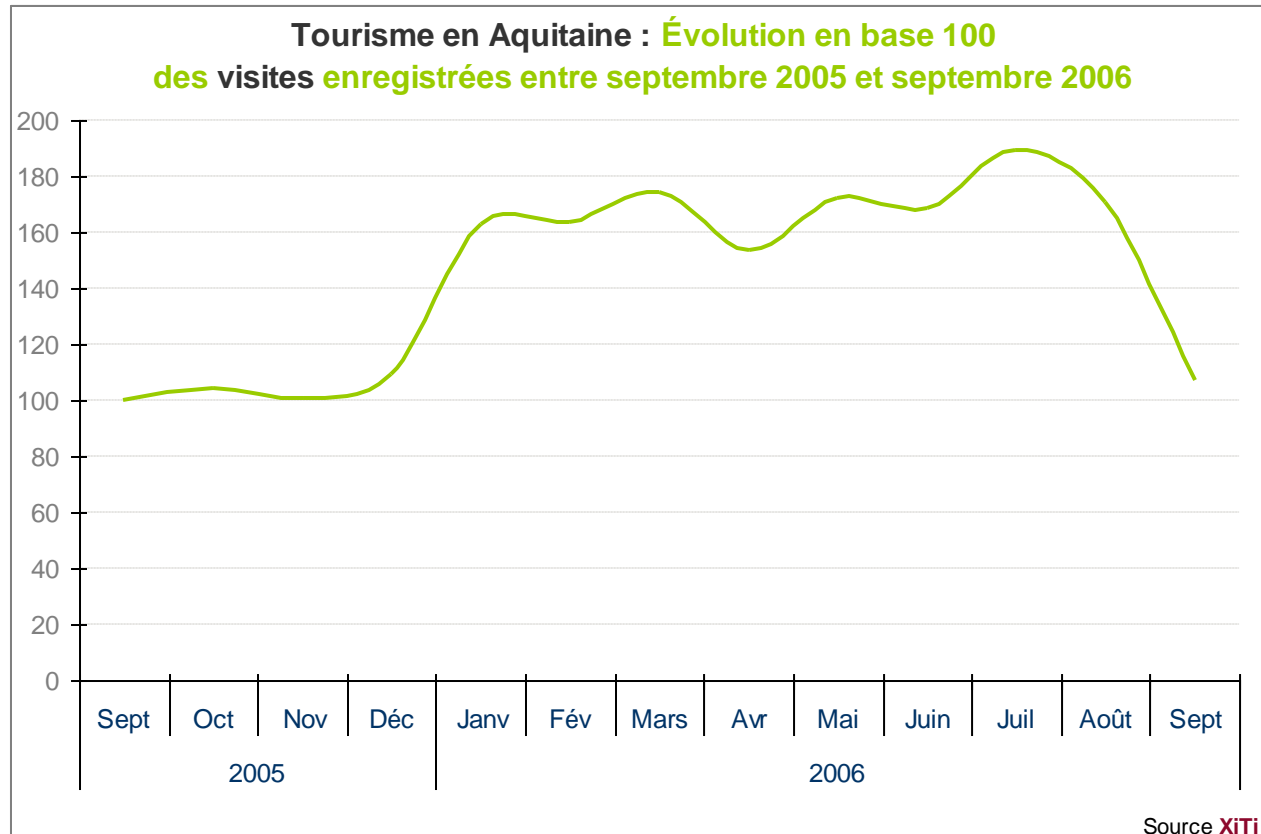
- L'évolution des visites Internet sur les sites de tourisme en Aquitaine depuis l'été 2005
- Les jours et heures de connexion privilégiés par les internautes
- Les rubriques phares des sites de tourisme en Aquitaine
- Les différents affluents
- Les lieux de connexion
- L'équipement des internautes

▪ Synthèse

L'évolution des visites Internet sur les sites de tourisme en Aquitaine depuis l'été 2005

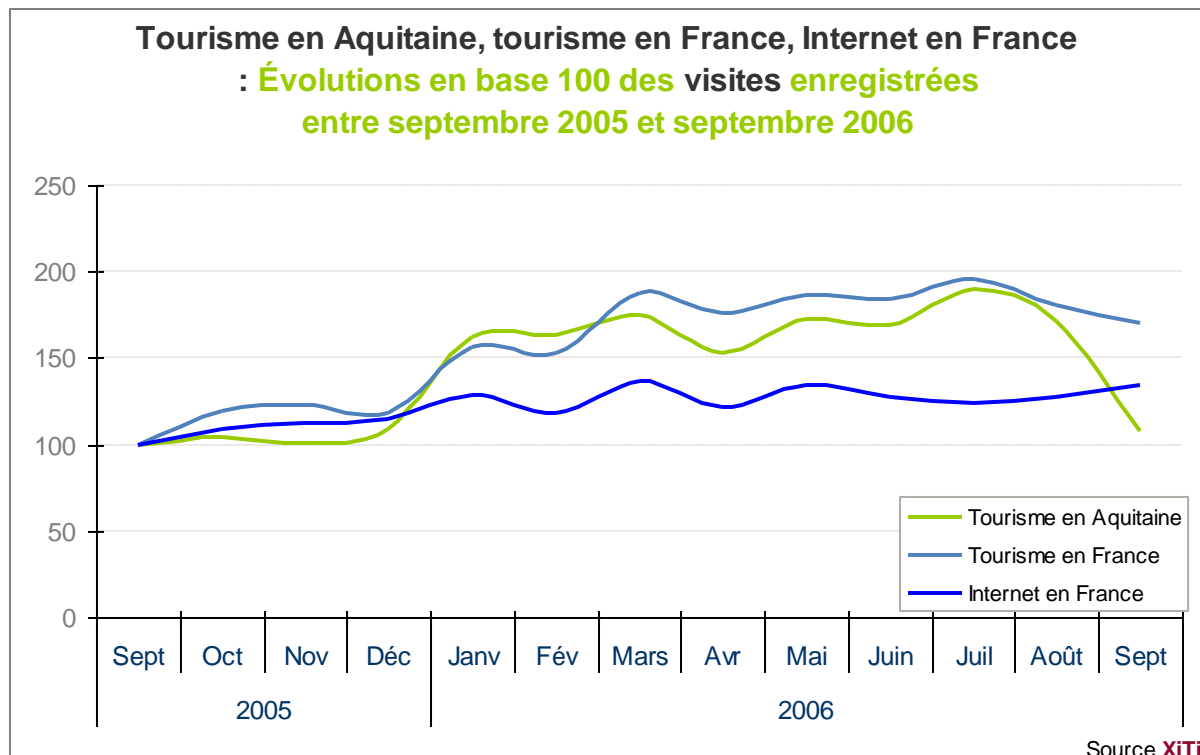
Dès janvier 2006, après une pause automnale, les internautes s'intéressent à leurs vacances et aux activités proposées en Aquitaine via le net...

- Les visites sur les sites de tourisme en Aquitaine se maintiennent de septembre à décembre 2005
- Forte reprise en janvier 2006 avec une relative stabilisation jusqu'en juin 2006
- Pic de visites en juillet 2006 puis une chute en août et septembre 2006



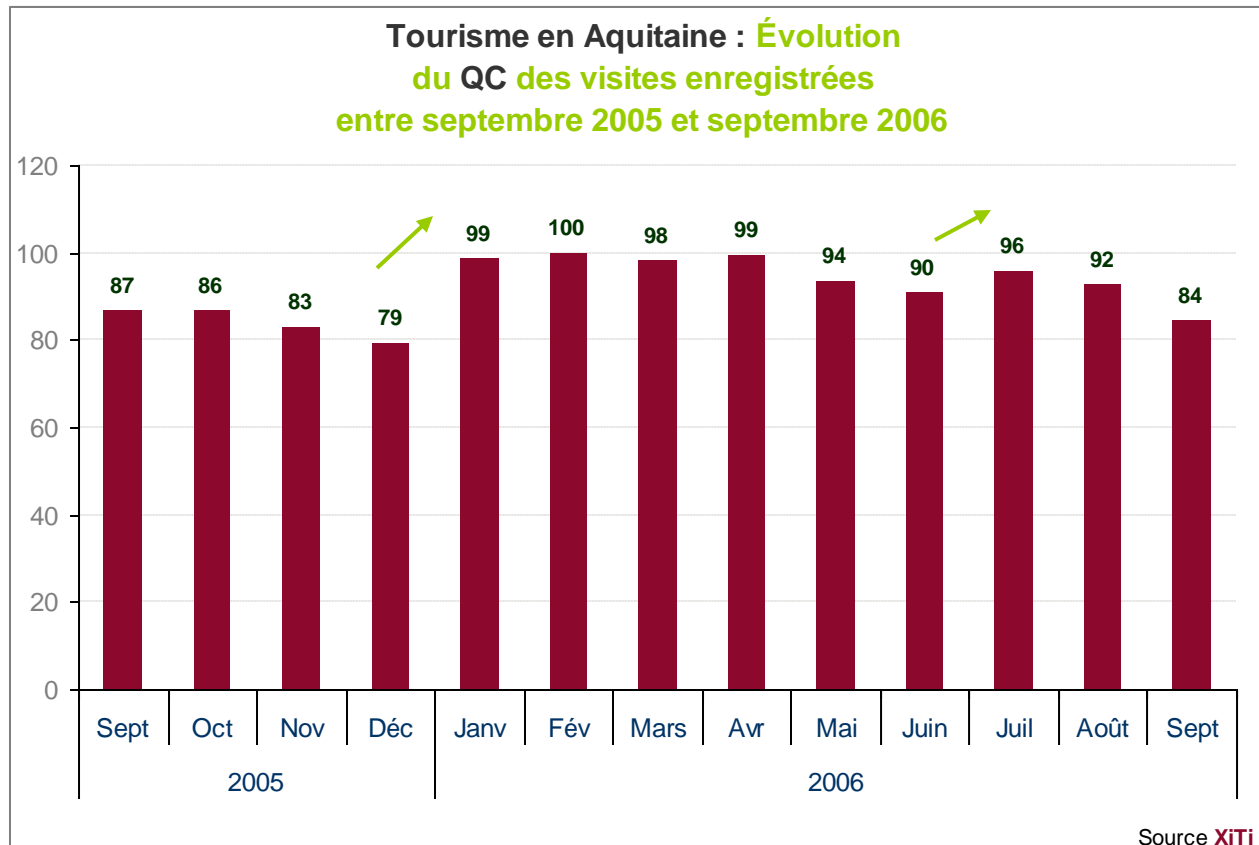
La forte baisse des visites en août et septembre est caractéristique des sites de tourisme en Aquitaine

- Alors que les sites Internet en France connaissent un creux d'audience estival, les sites de tourisme en France et en Aquitaine ont une progression de leurs visites en juillet : les internautes « futurs vacanciers » utilisent alors Internet pour leurs derniers préparatifs, ou pour les retardataires pour tout organiser au dernier moment, et les internautes « aquitains » s'informent probablement aussi des activités proposées dans leur région
- En revanche, la baisse de fréquentation des sites de tourisme en août et septembre est nettement plus marquée pour les sites de tourisme en Aquitaine : contrairement à d'autres destinations, l'Aquitaine est a priori plus recherchée en plein cœur de la période estivale (sur les sites de tourisme en France, certains proposent des voyages à l'étranger)



Les visites sur les sites de tourisme en Aquitaine, repartent en nombre en janvier 2006 et sont aussi plus intéressées : +20 points en quotient comportemental

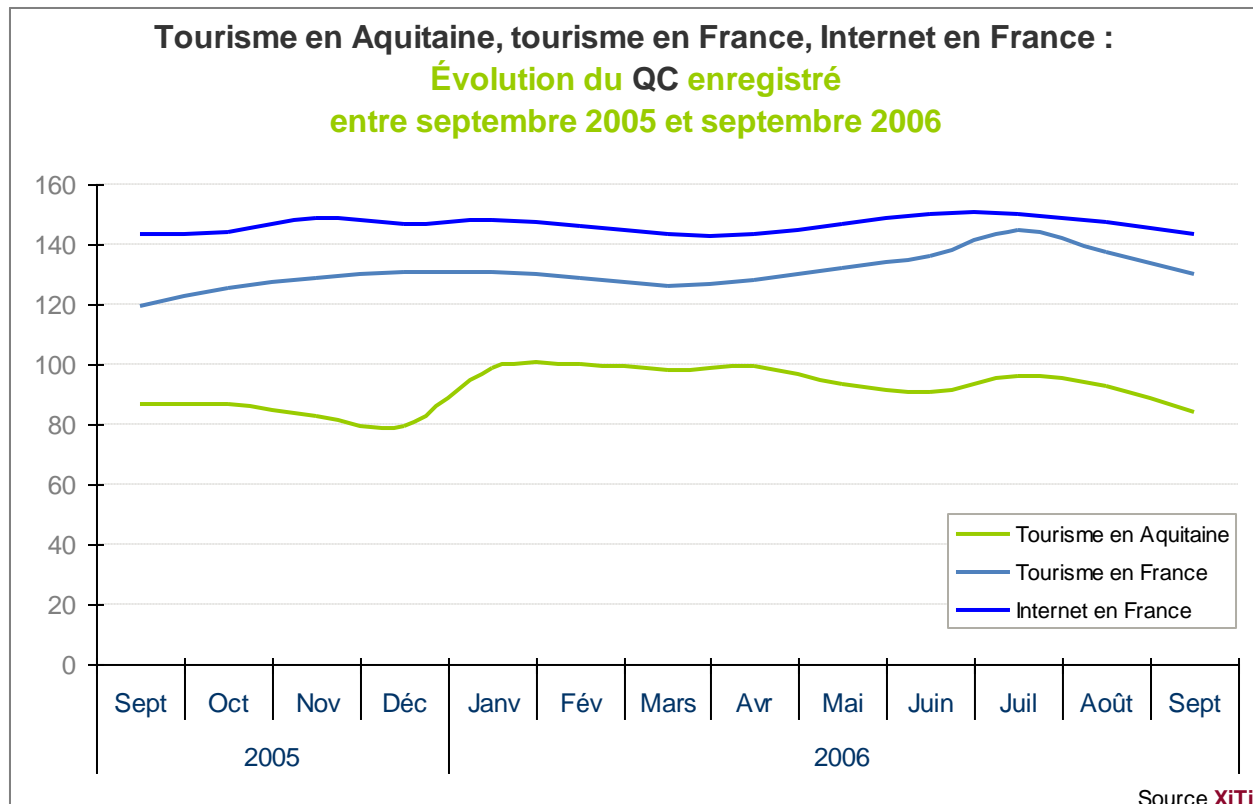
L'intérêt des visites est à la baisse en mai et juin 2006, et se reprend en juillet



Quotient comportemental (QC) : le quotient comportemental est un indicateur synthétique de l'intérêt porté à un site. Il résulte de la synthèse de 5 éléments : pages vues par visite, pages vues par minute, pages vues par visite entrante, taux d'entrée des visites, durée moyenne de visites

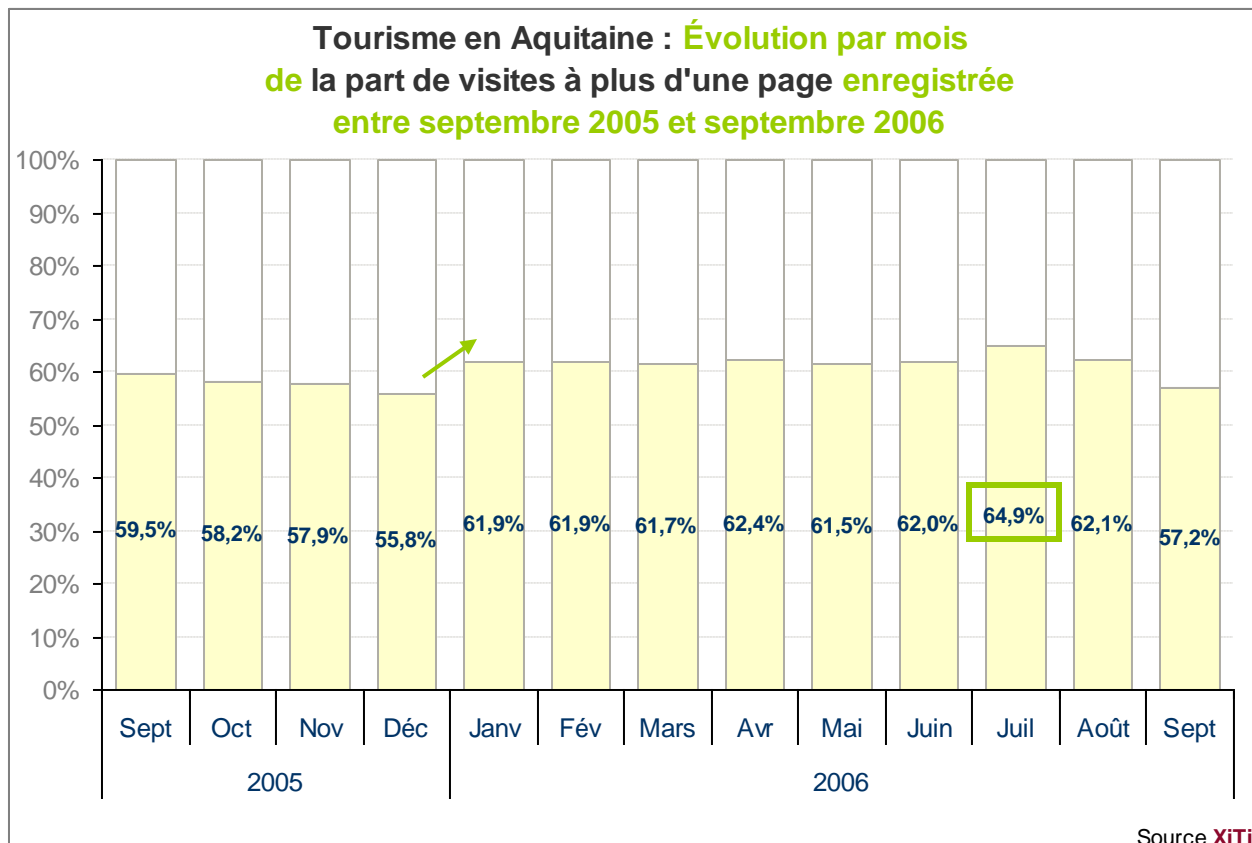
L'intérêt global pour les sites de tourisme en Aquitaine est inférieur tout au long de l'année à l'intérêt porté aux sites de tourisme en France

- Les visites sur les sites de tourisme en France sont elles-mêmes moins intéressées que celles des sites Internet en général (QC entre 100 et 200 = intérêt moyen)
- Le net regain d'intérêt en janvier 2006, ainsi que le trend à la baisse en mai-juin 2006 sont spécifiques aux sites de tourisme en Aquitaine



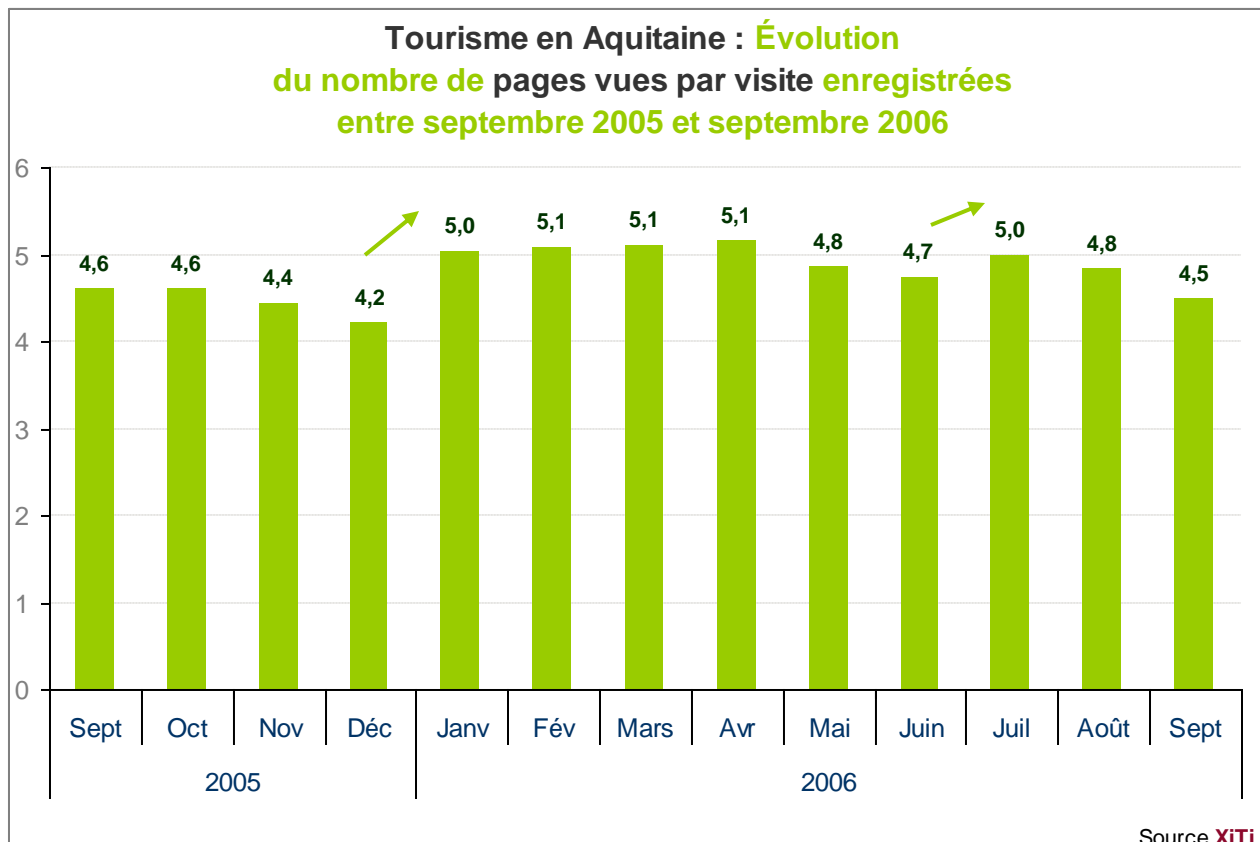
Hausse du taux de visites à plus d'une page en janvier 2006 pour les sites de tourisme en Aquitaine

Dans près de 65% des visites réalisées en juillet 2006, les internautes voient au moins 2 pages : ce taux est le plus important de l'année



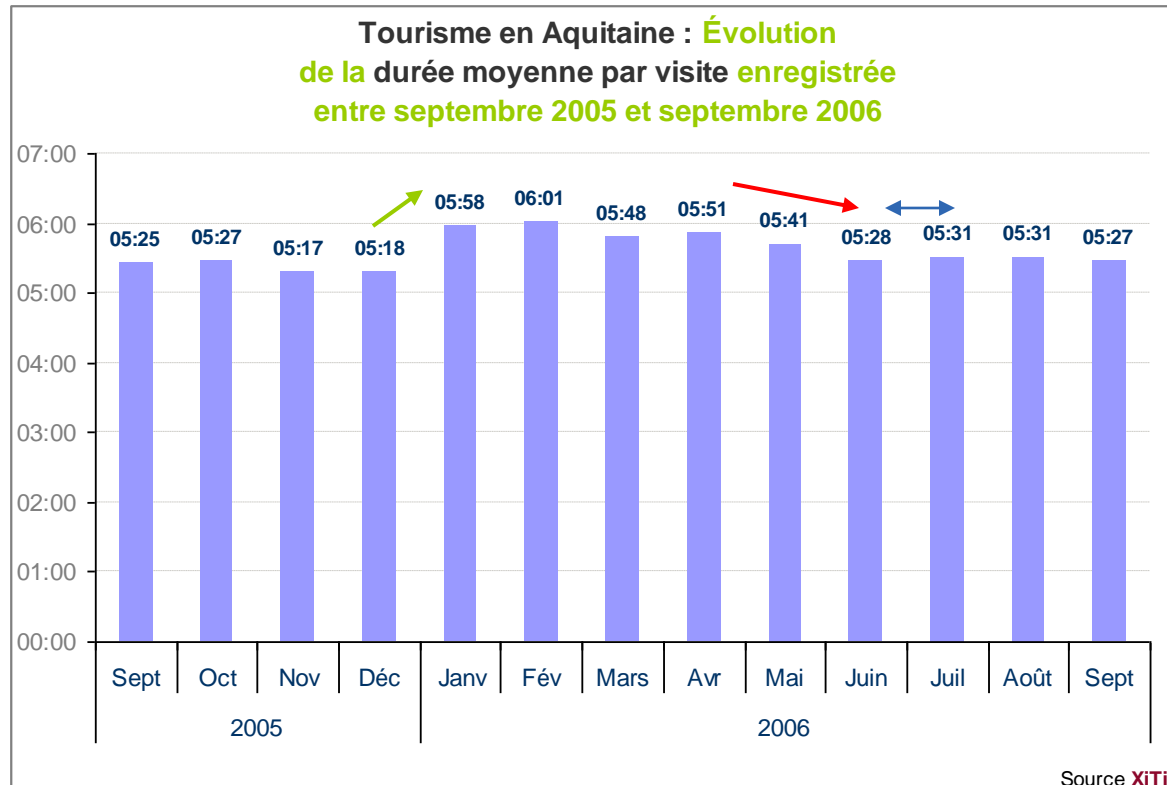
Entre décembre 2005 et janvier 2006, les internautes voient presque une page de plus lors de leurs visites sur les sites de tourisme en Aquitaine : le besoin d'information s'amorce...

Le nombre de pages vues par visite diminue en mai et juin, puis augmente en juillet 2006 pour retrouver son niveau de janvier : 5 pages vues par visite



Dès janvier 2006, les internautes accordent plus de temps à leurs visites sur les sites de tourisme en Aquitaine : durée qui diminue en mai et juin pour se stabiliser à 5min31 en juillet 2006

- L'évolution de la durée moyenne des visites suit celle du nombre de pages vues par visite : on peut supposer que les internautes commencent à s'intéresser en masse à leurs vacances dès le début d'année (choix du lieu, du type d'hébergement...) et ce jusqu'en avril, et qu'ils sont à nouveau nombreux et impliqués en juillet 2006 pour les derniers détails ou carrément pour l'organisation de dernière minute (réservations, renseignements sur les activités proposées...)
- ... mais plus pressés : ils voient plus de pages en juillet (vs juin) pour une durée de visite équivalente

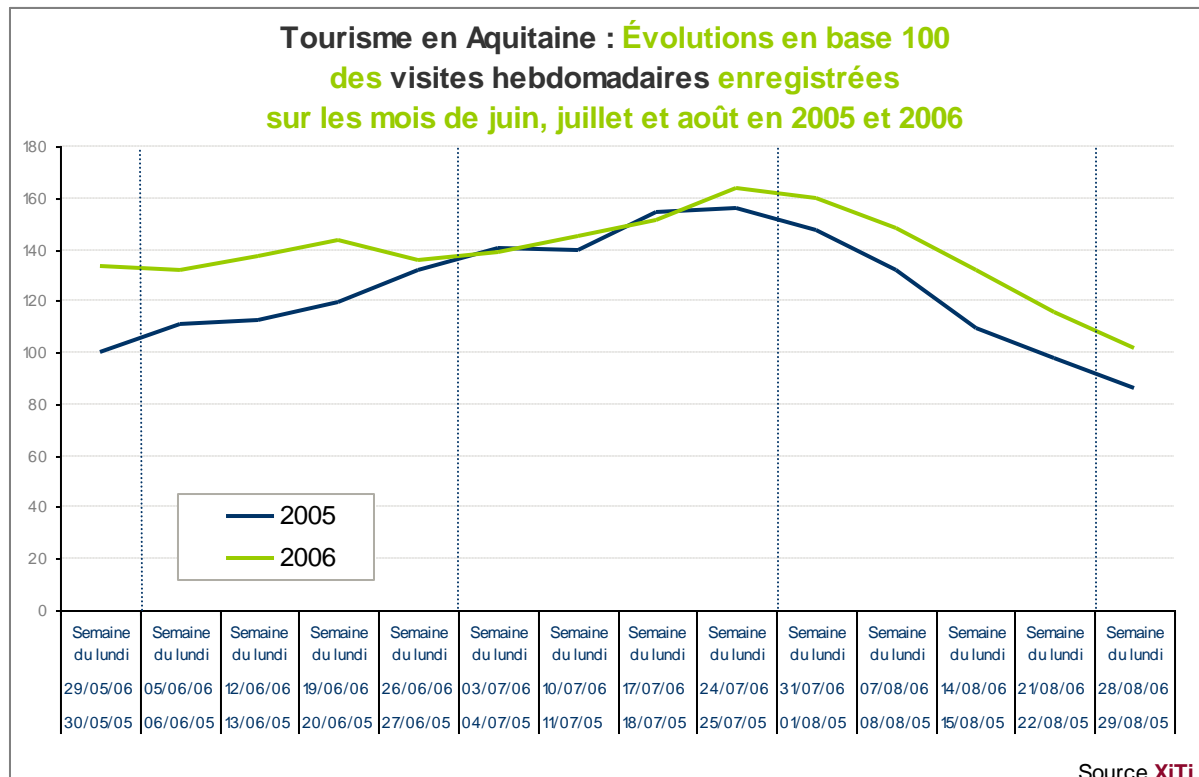


Les visites sur les sites de tourisme en Aquitaine sont en forte hausse en juillet 2006 pour atteindre leur niveau le plus élevé de l'année.

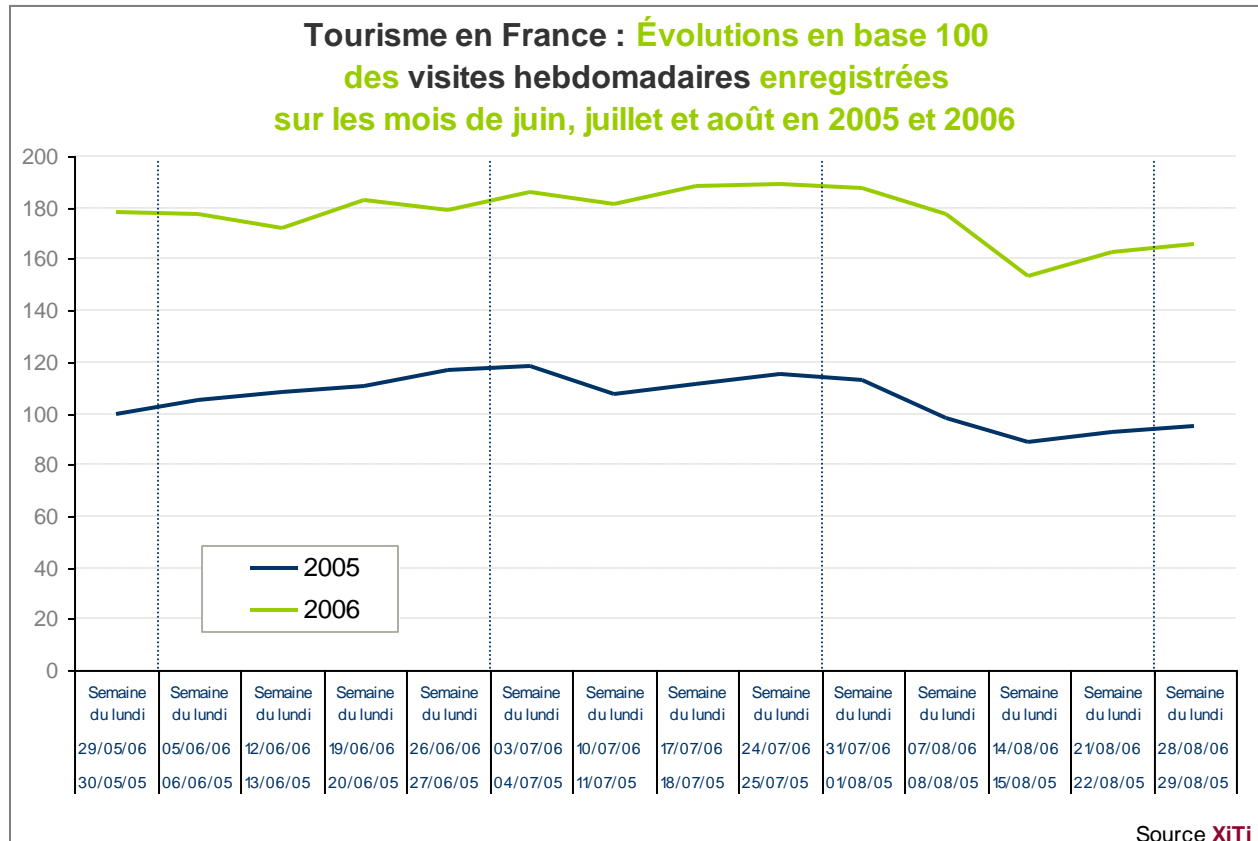
C'était déjà le cas en juillet 2005 : comparons les visites sur les deux étés...

3ème semaine de juillet 2006 : un score de visites inférieur à celui de 2005 pour les sites de tourisme en Aquitaine

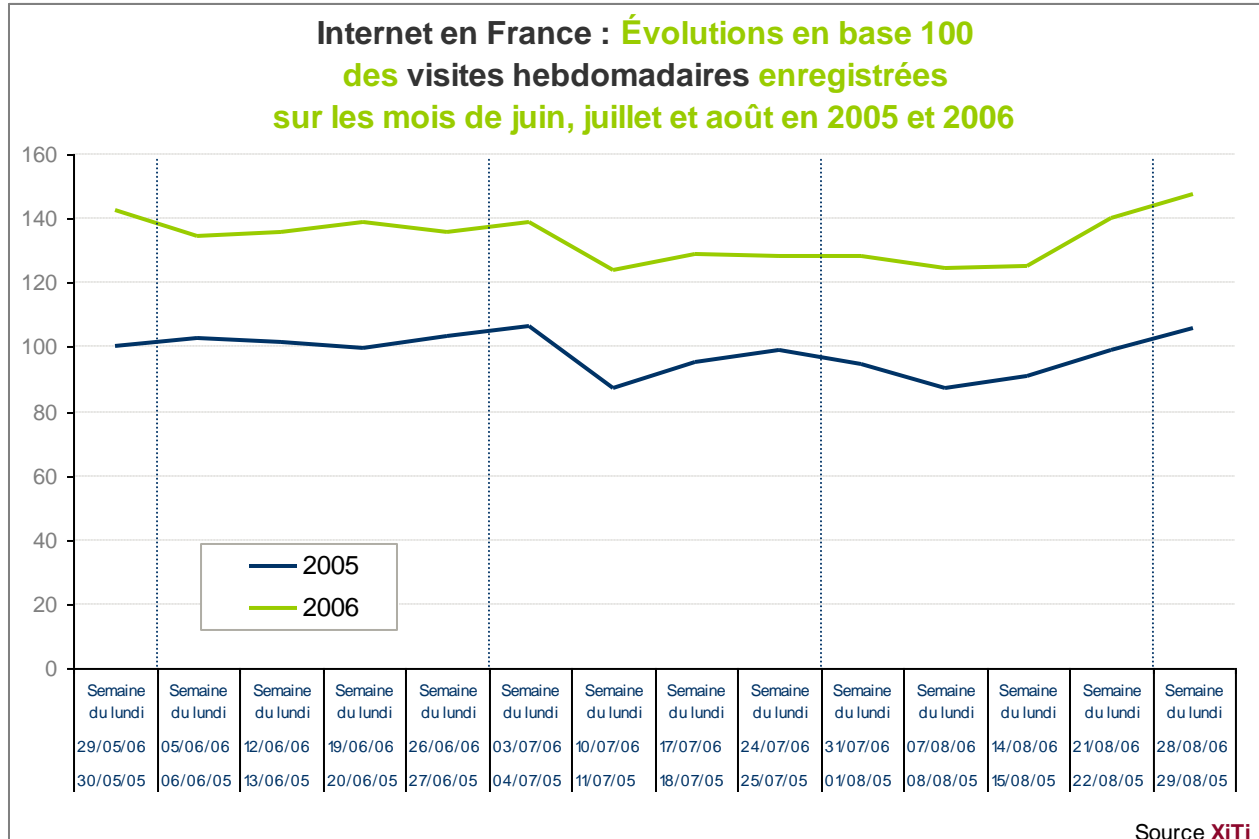
- La dernière semaine de mai 2006, les visites sur les sites de tourisme en Aquitaine sont supérieures de 34% à celles de la même semaine en mai 2005,
- mais fin juin le décalage se réduit... jusqu'à début juillet 2006 où les visites se retrouvent au même niveau qu'un an auparavant, et sont même inférieures en 3ème semaine
- les visites 2006 reprennent l'avantage la dernière semaine de juillet 2006 qui affiche, comme en 2005, le meilleur score hebdomadaire de l'année



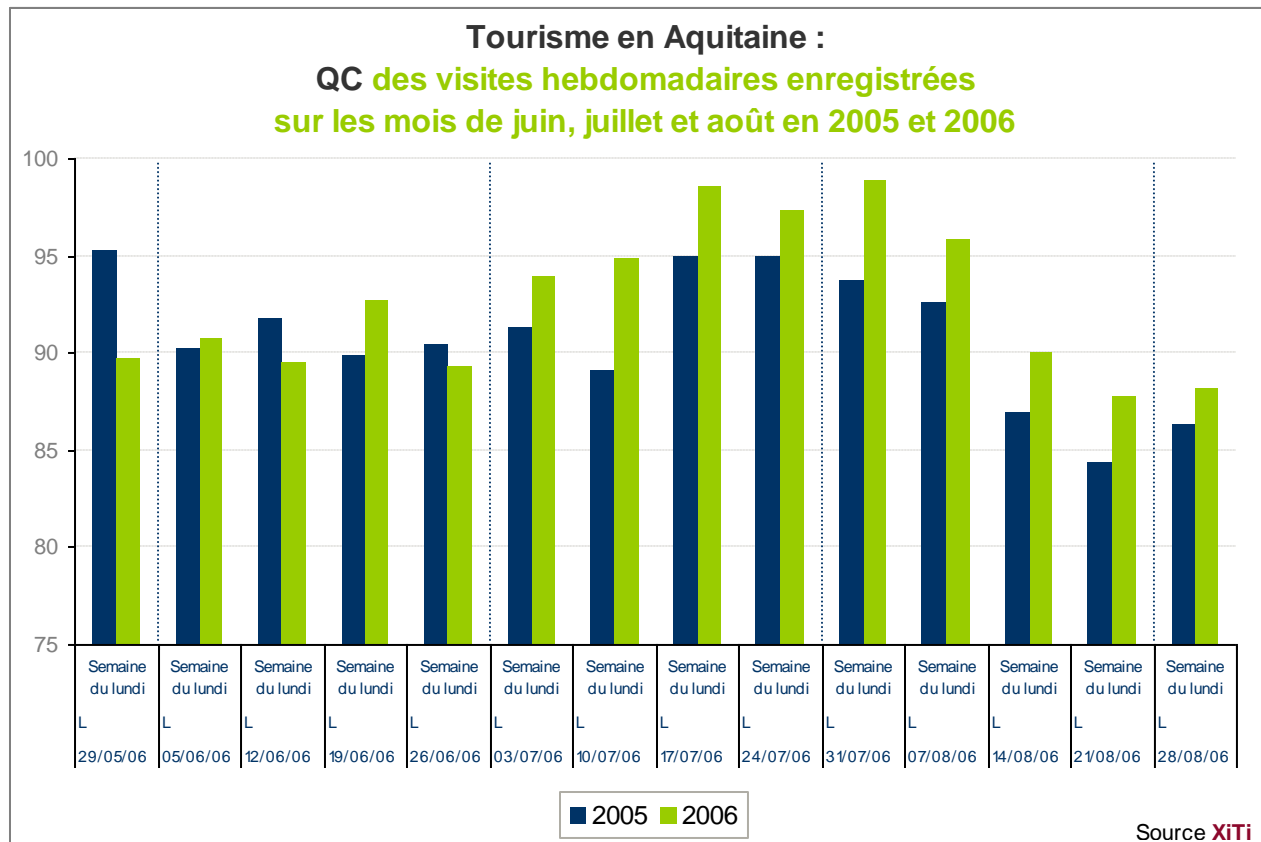
Alors que sur les sites de tourisme en France, les visites de l'été 2006 ont toujours été plus élevées que durant l'été 2005...



... de même que sur les sites tous secteurs Internet en France



Les visites des sites de tourisme en Aquitaine, plus nombreuses au cours de l'été 2006 qu'au cours de l'été 2005 (à l'exception des 1ères et 3èmes semaines de juillet) ont également gagné en intérêt par rapport à l'an dernier sur toutes les semaines de juillet et d'août

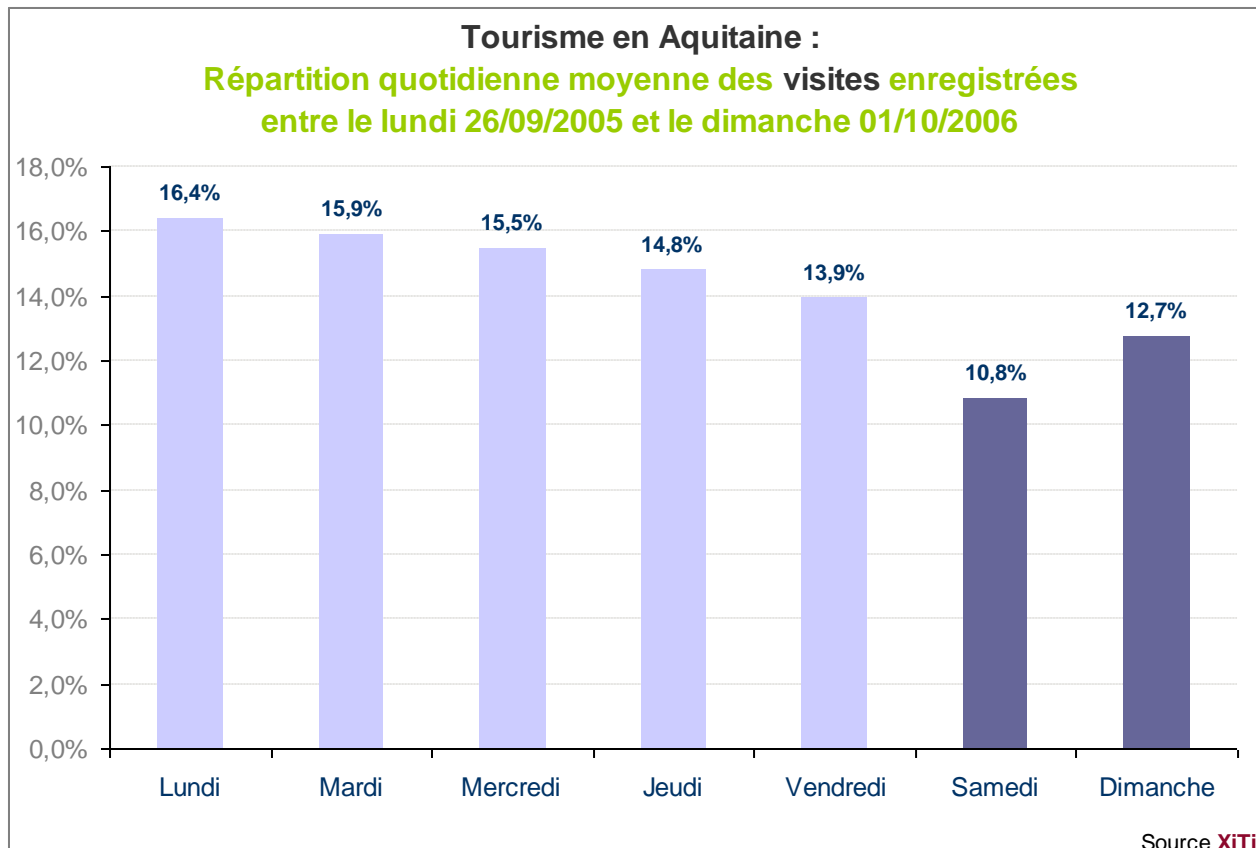


Quotient comportemental (QC) : le quotient comportemental est un indicateur synthétique de l'intérêt porté à un site. Il résulte de la synthèse de 5 éléments : pages vues par visite, pages vues par minute, pages vues par visite entrante, taux d'entrée des visites, durée moyenne de visites

Les jours de connexion privilégiés par les internautes

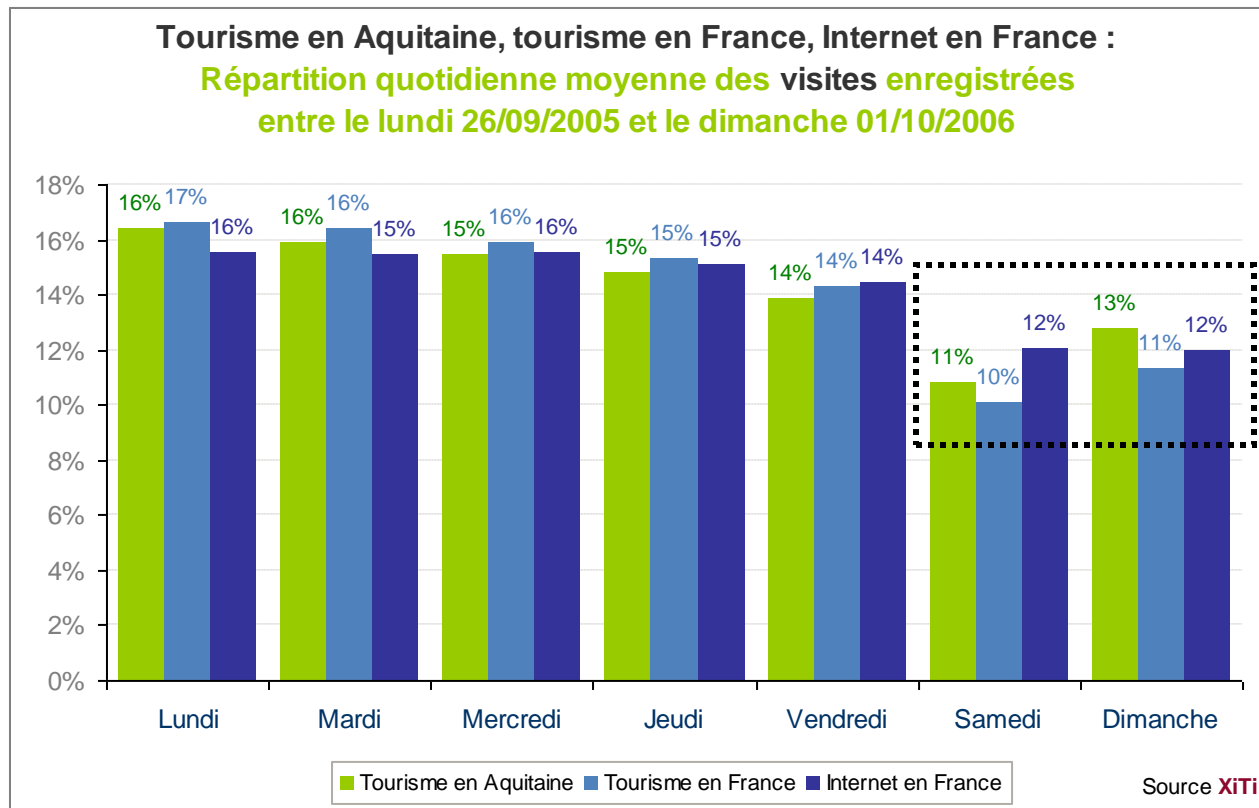
Près de la moitié des visites des sites de tourisme en Aquitaine sont réalisées sur les 3 premiers jours de la semaine

- Plus on avance dans la semaine, moins les visites sont nombreuses
- Le week-end, les visites sont plus nombreuses le dimanche que le samedi

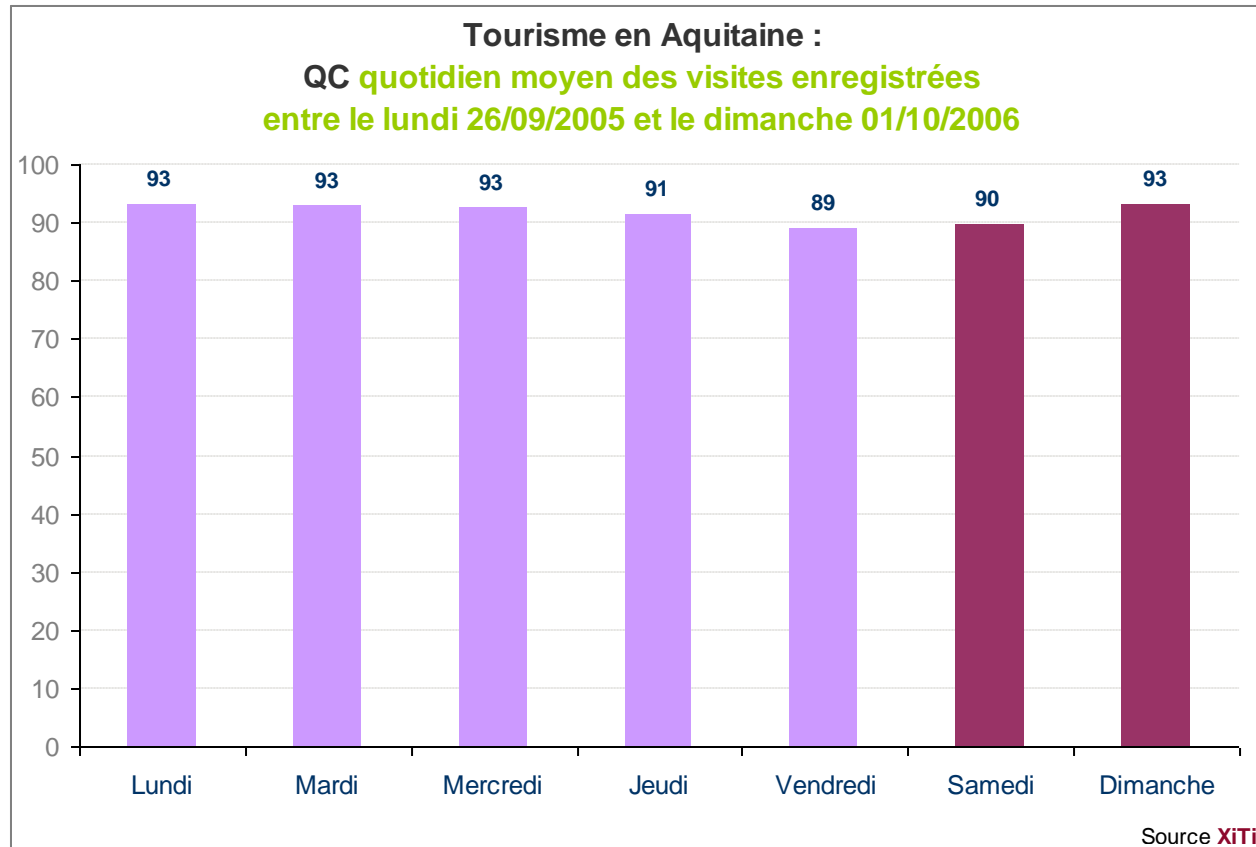


Les sites de tourisme en Aquitaine ont une part de visites le week-end (24%) plus importante que la moyenne des sites de tourisme en France (21%)

- Et notamment le dimanche où la part des visites est également supérieure à celle de tous secteurs Internet en France
- Par rapport à cette tendance, on peut ici émettre l'hypothèse d'internautes aquitains recherchant des activités ou des lieux à visiter dans leur région pour le week-end



L'intérêt des visites sur les sites de tourisme en Aquitaine est globalement stable quelque soit le jour de la semaine (si ce n'est une légère baisse en fin de semaine pour remonter le dimanche au niveau du lundi)...

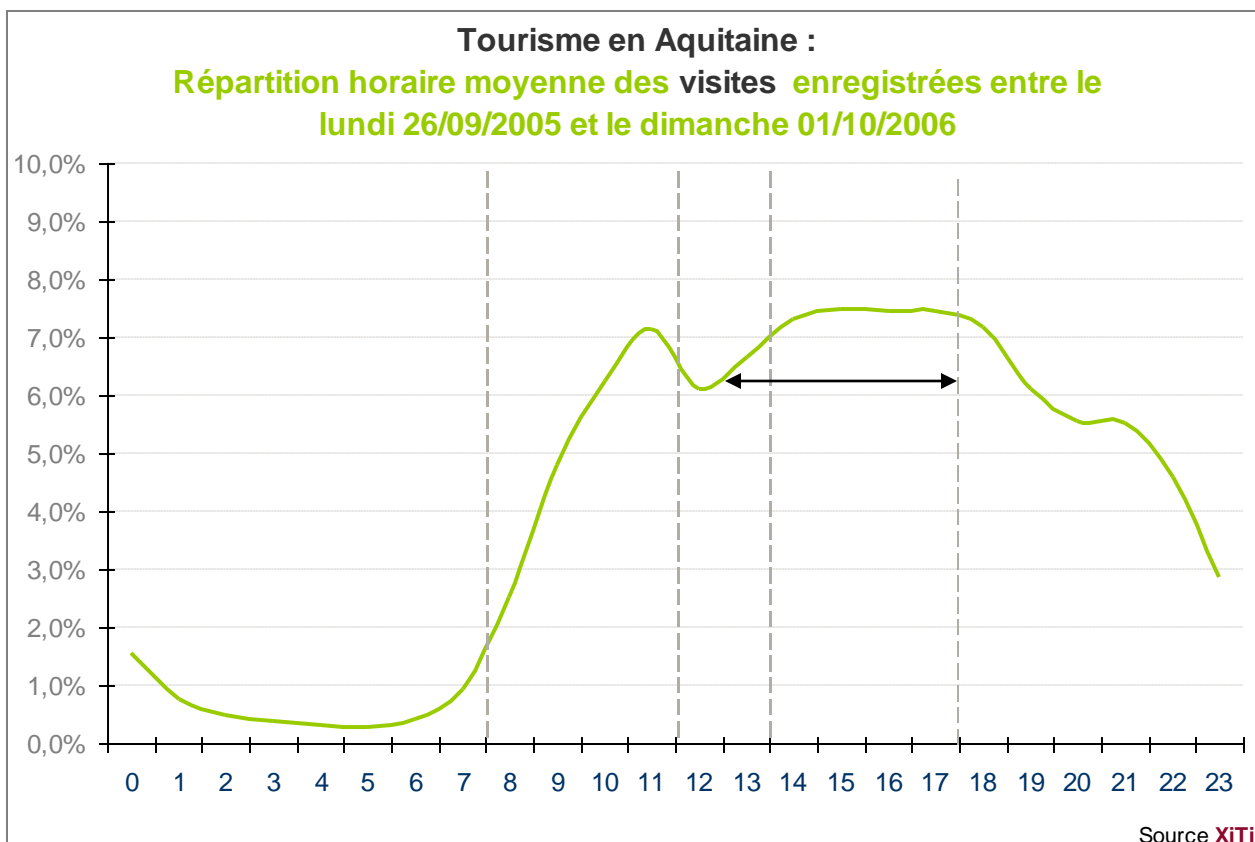


Quotient comportemental (QC) : le quotient comportemental est un indicateur synthétique de l'intérêt porté à un site. Il résulte de la synthèse de 5 éléments : pages vues par visite, pages vues par minute, pages vues par visite entrante, taux d'entrée des visites, durée moyenne de visites

Les heures de connexion privilégiées par les internautes

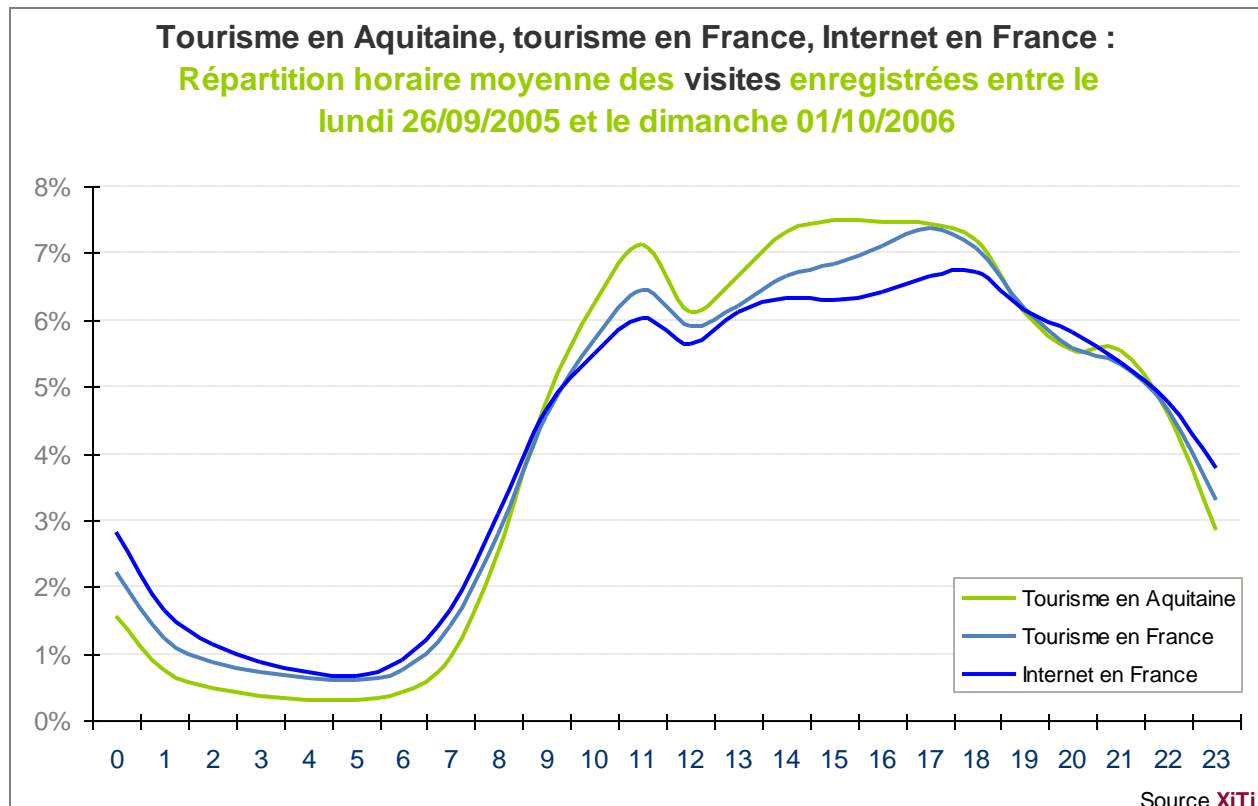
Plus d'un tiers des visites (36%) sur les sites de tourisme en Aquitaine se font dans l'après-midi entre 13 et 18h

- L'activité est réduite durant la nuit puis progresse de 7h à 11h
- Creux prononcé à midi au moment du repas
- Progression des connexions de 13h à 15h et stabilisation jusqu'à 17h
- A partir de 18h, le nombre de visites décline au fil de la soirée, avec un léger pic à 21h



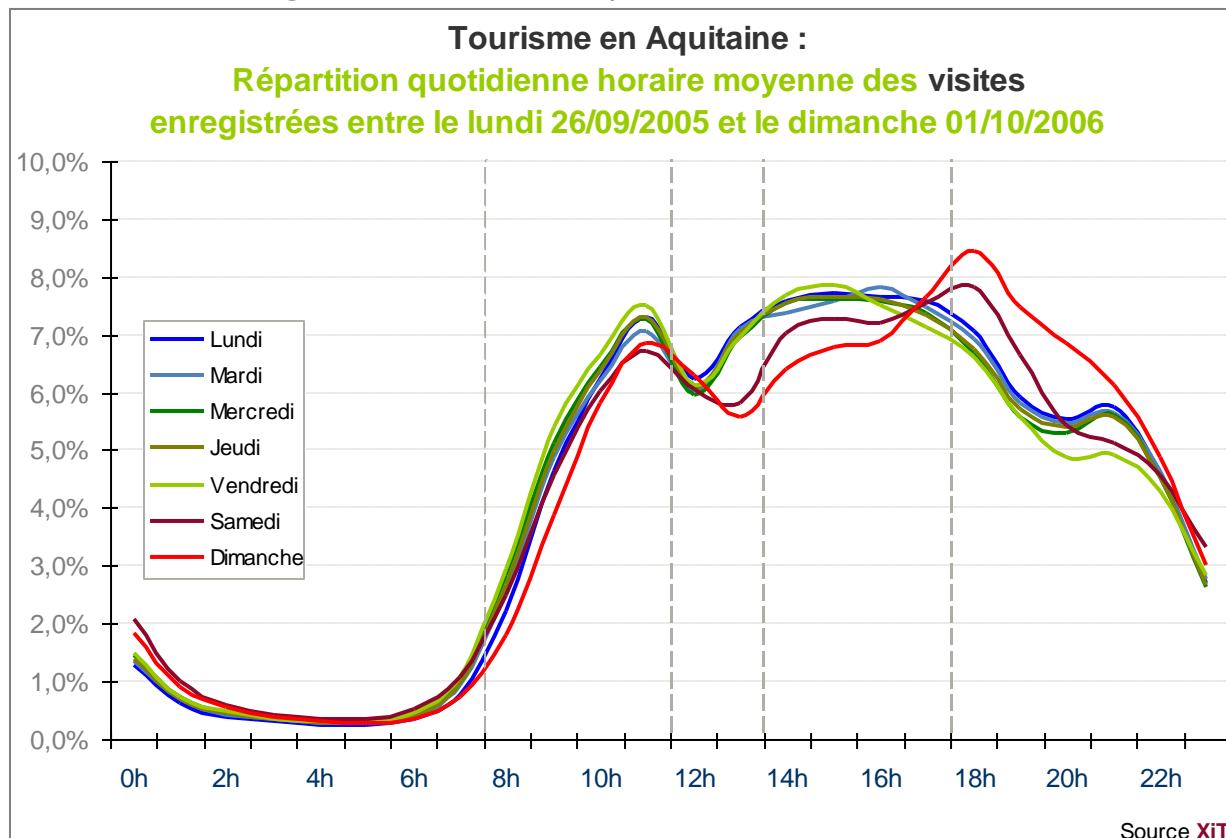
Des comportements horaires propres aux visiteurs des sites de tourisme en Aquitaine...

- Les visites se font proportionnellement plus en fin de matinée et en après-midi que les visites sur les sites de tourisme en France et sur les sites tous secteurs Internet (entre 13 et 18h : 36% des visites pour les sites de tourisme en Aquitaine, 34% pour les sites de tourisme en France et 32% pour Internet en France)
- Le creux du midi est plus prononcé
- Le léger pic de 21h est aussi caractéristique des sites de tourisme en Aquitaine



... et distincts entre la semaine et le week-end

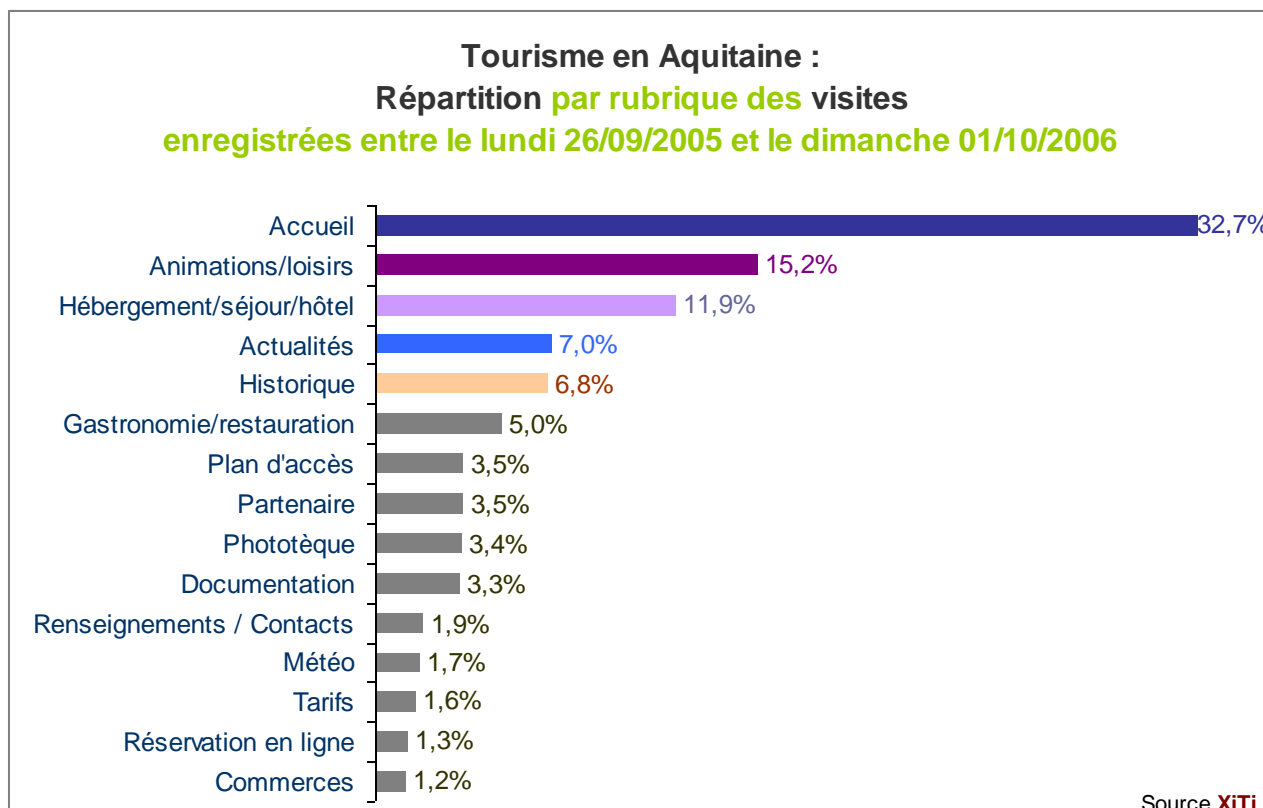
- Les jours ouvrés suivent globalement tous la même tendance (décrite précédemment) avec un pic d'activité entre 14h et 17h
- Quelques particularités pour le vendredi : la part des visites est un peu plus importante en fin de matinée et diminue plus vite en début de soirée avec un pic de 21h peu prononcé
- Le week-end, les visites commencent plus tard dans la matinée et le creux du déjeuner est décalé jusqu'à 14h. La plus grande part des visites se fait à 18h (très marqué pour le dimanche) : les visites diminuent ensuite tout au long de la soirée, sans pic à 21h



Les rubriques phares des sites de tourisme en Aquitaine

1ers centres d'intérêt des internautes sur les sites de tourisme en Aquitaine : les rubriques « Animations/loisirs » et « Hébergement/séjour/hôtel »

- Ces rubriques réalisent respectivement 15.2% et 11.9% des visites annuelles, après la rubrique « Accueil », première avec 32.7% des visites
- Les (futurs) vacanciers pensent aussi à se tenir informés de ce qui se passe sur le lieu de leur séjour et s'intéressent à son histoire : la rubrique « Actualités » arrive 4ème, suivie de très près par la rubrique « Historique »



En début d'année, les internautes sont avant tout à la recherche d'un hébergement et se renseignent sur les activités proposées, critères primordiaux dans le choix d'un lieu de vacances

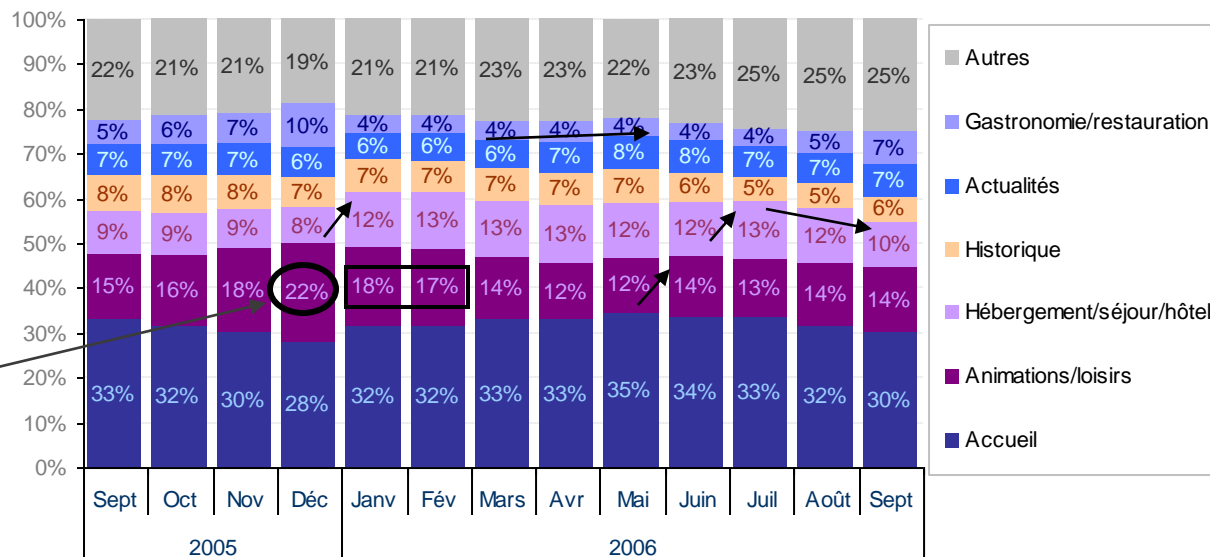
- La part des visites de la rubrique « Hébergement » passe de 8% à 12% entre décembre 2005 et janvier 2006, et c'est en janvier/février 2006 que la part des visites « Animations/loisirs » est la plus élevée (17%)

- En avril et mai 2006, progression de la part de la rubrique « Actualités » : les internautes se tiennent informés de ce qui se passe sur leur futur lieu de vacances

- Légère hausse de la part de la rubrique « Hébergement » en juillet 2006, certainement pour les réservations de dernière minute

- A l'approche de l'été, la rubrique « Animations/loisirs » voit à nouveau sa part progresser (sans être aussi élevée qu'en début d'année) : les internautes vont consulter les informations récentes sur les activités qui viendront agrémenter leur séjour en Aquitaine ou leurs week-ends pour ce qui concerne les Aquitains

Tourisme en Aquitaine :
Répartition mensuelle par rubrique des visites
enregistrées entre septembre 2005 et septembre 2006



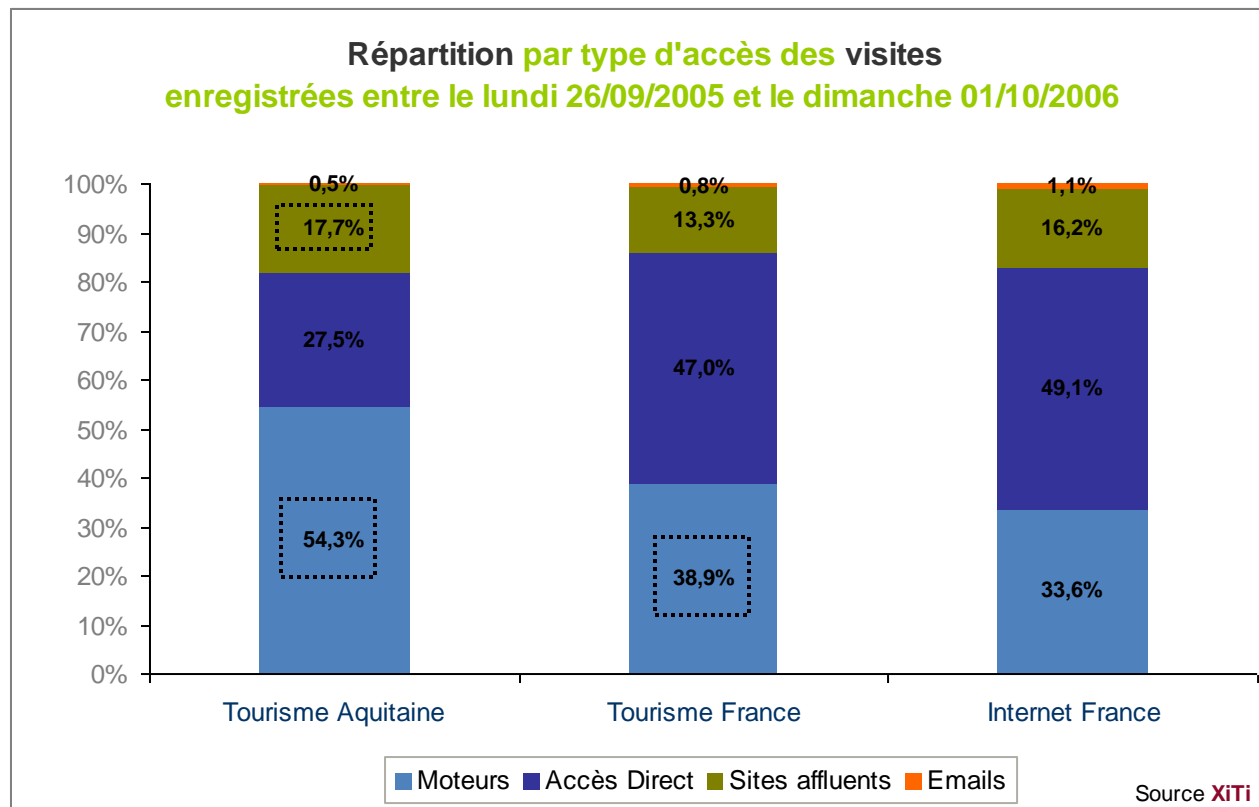
Visites d'internautes aquitains se renseignant sur les animations pour les fêtes de fin d'année ?

Source XiTi

Les différents affluents

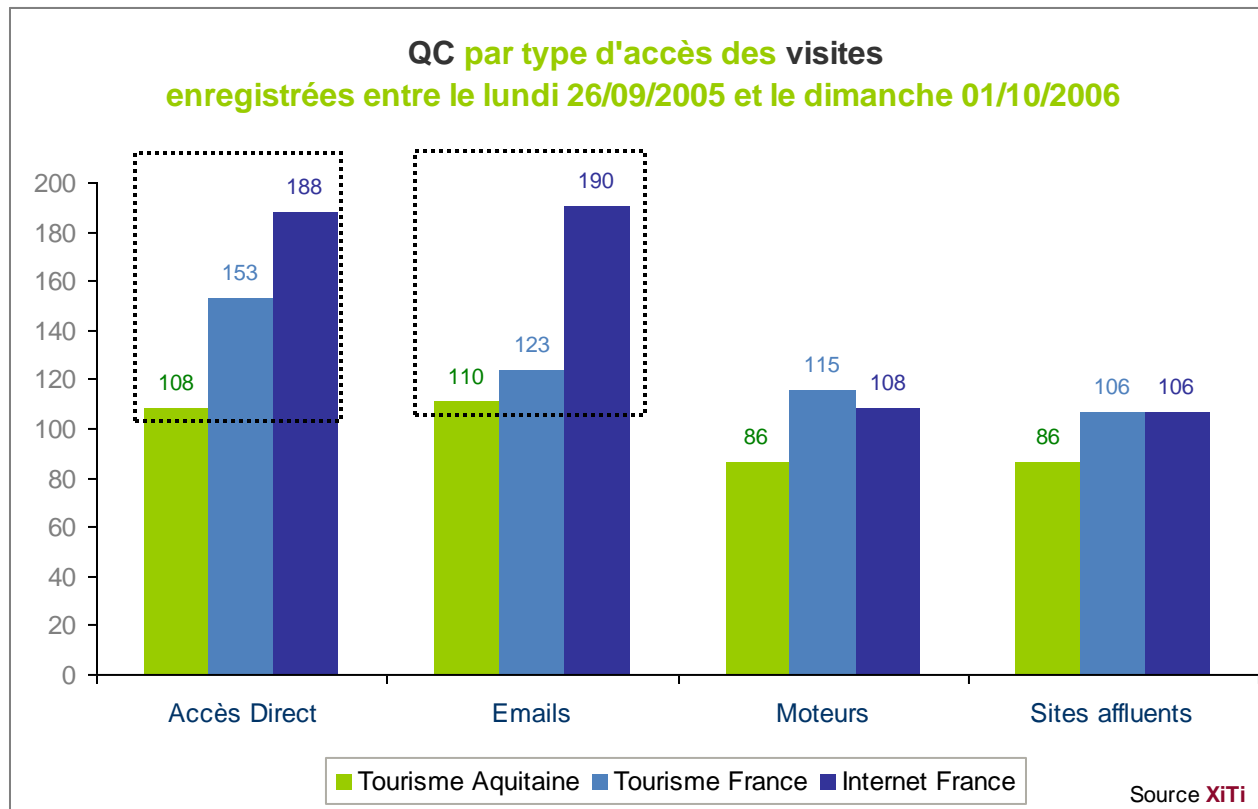
Sur-représentation des accès par moteurs de recherche et par sites affluents pour les visites sur les sites de tourisme en Aquitaine, comparé aux sites de tourisme en France et aux sites tous secteurs Internet en France

- Le travail du secteur sur les référencement ainsi que sur le réseau de liens au sein des sites de tourisme en Aquitaine a ainsi davantage porté ses fruits que l'accès direct



Les accès direct et les e-mails génèrent des visites plus intéressées que les moteurs ou sites affluents, tous secteurs Internet confondus

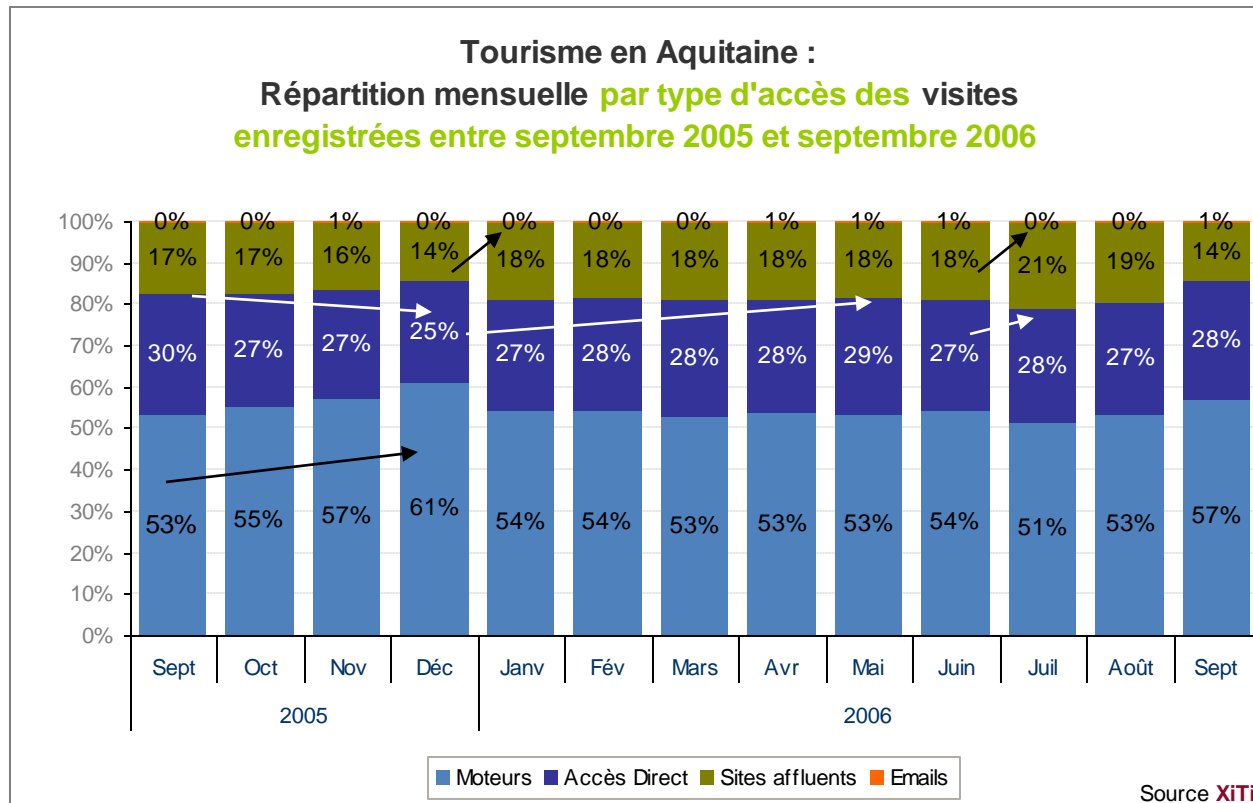
- D'où l'intérêt pour les sites de tourisme en Aquitaine de travailler leur notoriété



Quotient comportemental (QC) : le quotient comportemental est un indicateur synthétique de l'intérêt porté à un site. Il résulte de la synthèse de 5 éléments : pages vues par visite, pages vues par minute, pages vues par visite entrante, taux d'entrée des visites, durée moyenne de visites

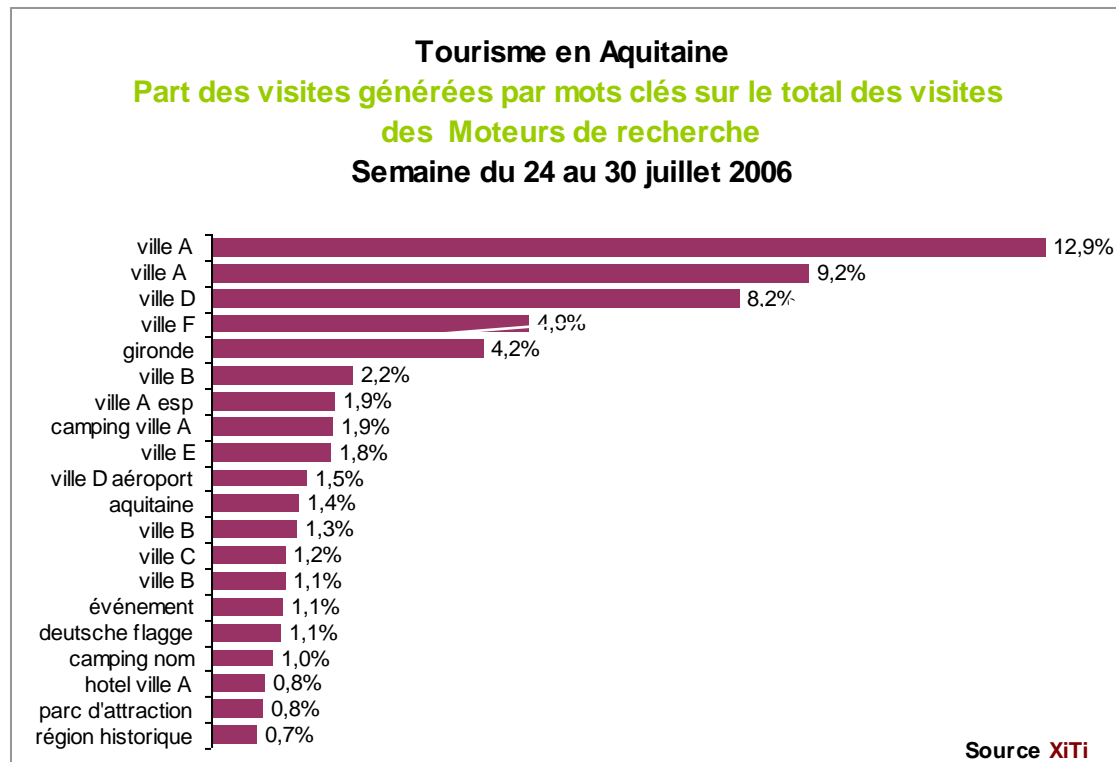
Ce sont les accès directs et les sites affluents les plus dynamiques pendant la période phare des visites sur les sites de tourisme en Aquitaine, de janvier à juillet 2006

- La part des visites par accès direct croît de janvier à mai 2006, ainsi qu'en juillet 2006 : on retrouve ici l'impact d'une partie des internautes fidélisés
- La part des visites par sites affluents connaît 2 hausses : en janvier et en juillet 2006, périodes clés auxquelles les internautes sont certainement plus réceptifs aux liens proposés en rapport avec les vacances



En juillet 2006, les accès par moteurs de recherche représentent 51% des visites : quels ont été les 20 mots-clés les plus générateurs de trafic sur la semaine du 24 au 30 juillet 2006 (pic d'audience annuel) ?

- Sur les 20 premiers mots-clés tapés, 5 concernent la ville A (soit 26.8% des visites)
- Au total, 14 contiennent le nom d'une ville d'Aquitaine
- Un seul camping nommé apparaît

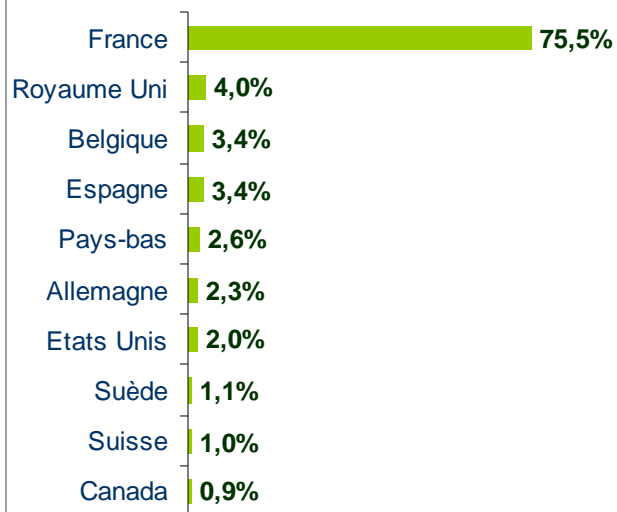


Les lieux de connexion

La part des visites réalisées par des internautes étrangers est moins importante sur les sites de tourisme en Aquitaine que sur les sites de tourisme en France

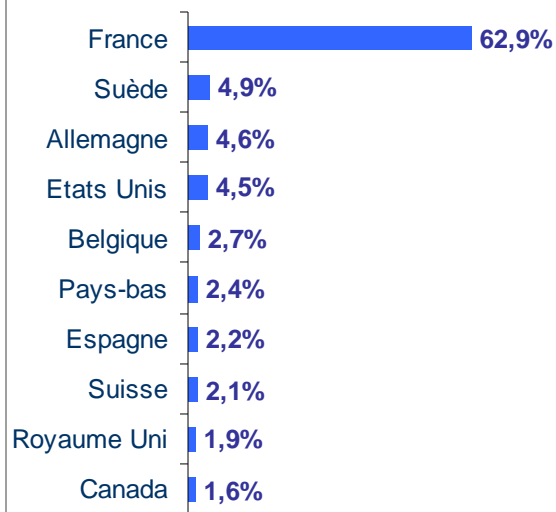
▪Après la France, c'est du Royaume-Uni, de Belgique et d'Espagne que proviennent le plus de visites... Des pays proches de la France dont les habitants peuvent plus facilement connaître l'Aquitaine et donc faire une recherche ciblée sur cette région. En revanche, les habitants des pays comme la Suède, les Etats-Unis (qui sont dans les 4ers pays pour le tourisme en France) raisonnent peut-être plus au niveau de la France et font donc une recherche sur des sites plus généraux

Tourisme en Aquitaine : Top 10 en part de visites (du 26/09/2005 au 01/10/2006)



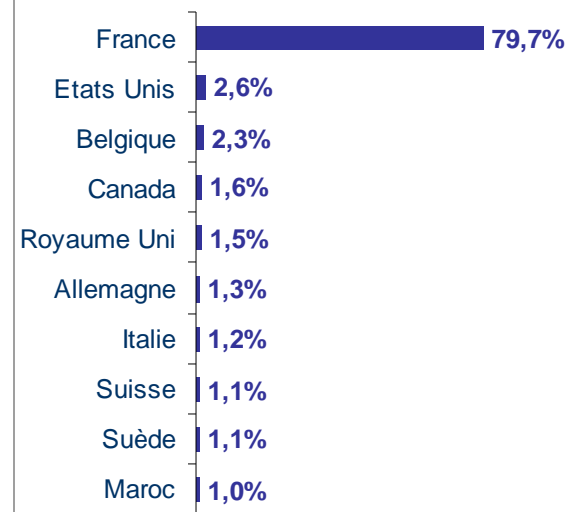
Source XiTi

Tourisme en France : Top 10 en part de visites (du 26/09/2005 au 01/10/2006)



Source XiTi

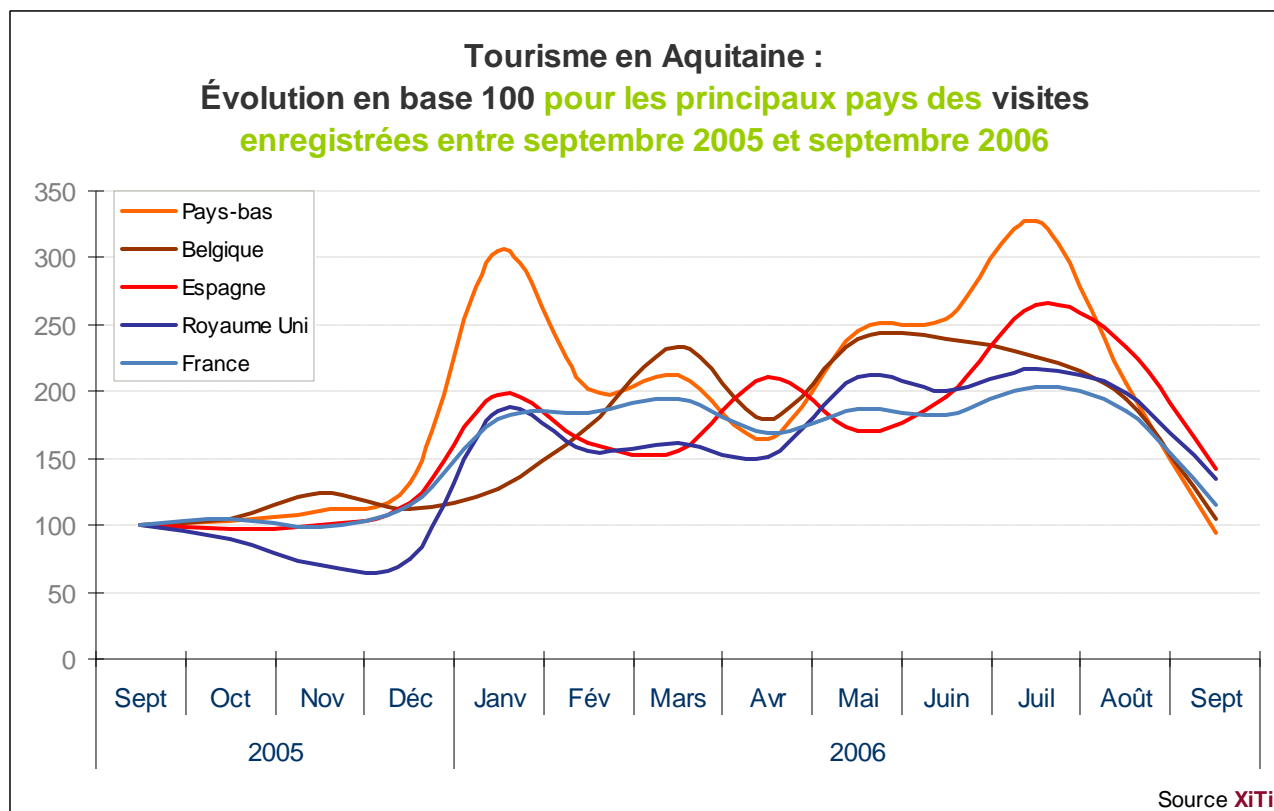
Internet en France : Top 10 en part de visites (du 26/09/2005 au 01/10/2006)



Source XiTi

Les internautes hollandais sont venus en masse sur les sites de tourisme en Aquitaine en janvier et juillet 2006

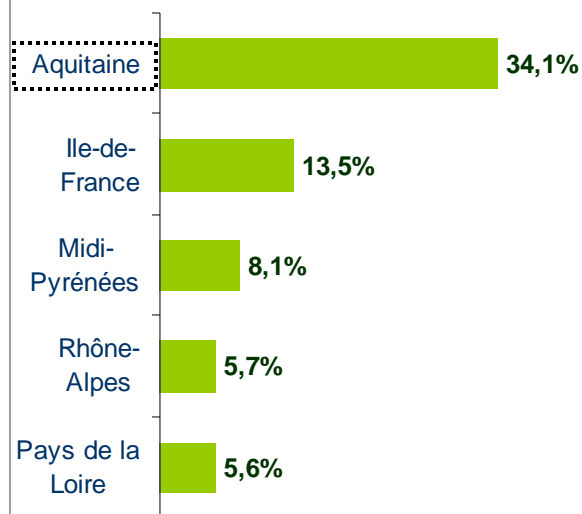
- Les visites venant d'Espagne connaissent également des pics en janvier et juillet, ainsi qu'en avril au moment des vacances de Pâques
- Les visites Belges sont un peu décalées : progressions en mars et en mai pour diminuer au fil de l'été



Un tiers des visites des sites de tourisme en Aquitaine sont réalisées par des internautes aquitains

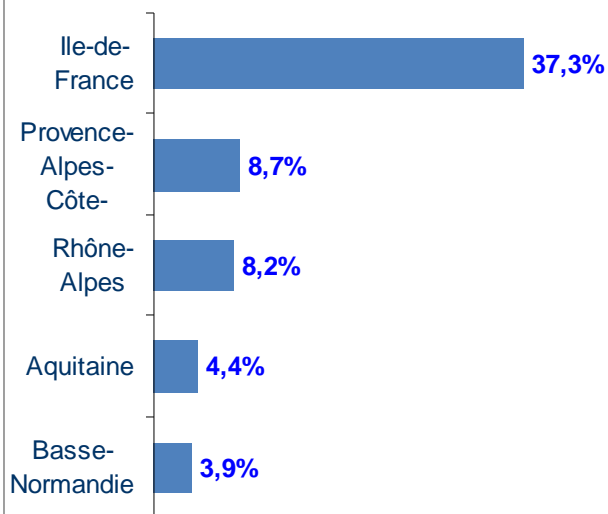
▪Viennent ensuite l'Ile de France (1ère pour les sites de Tourisme et sites tous secteurs Internet en France : à relier à la densité de population francilienne), Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes et Pays de la Loire

**Tourisme en Aquitaine :
Top 5 en part de visites
(du 26/09/2005 au 01/10/2006)**



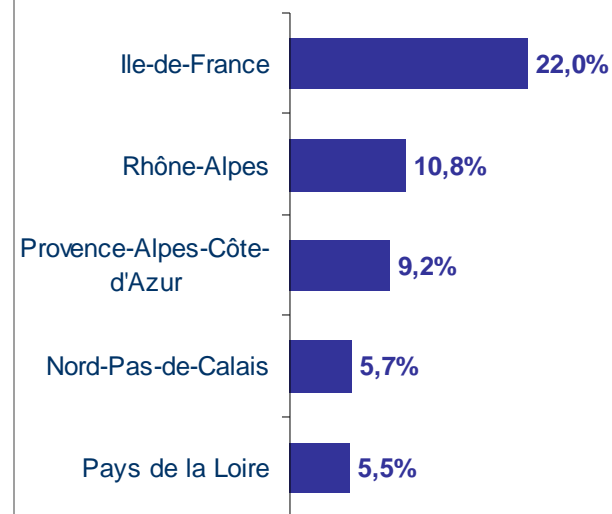
Source XiTi

**Tourisme en France :
Top 5 en part de visites
(du 26/09/2005 au 01/10/2006)**



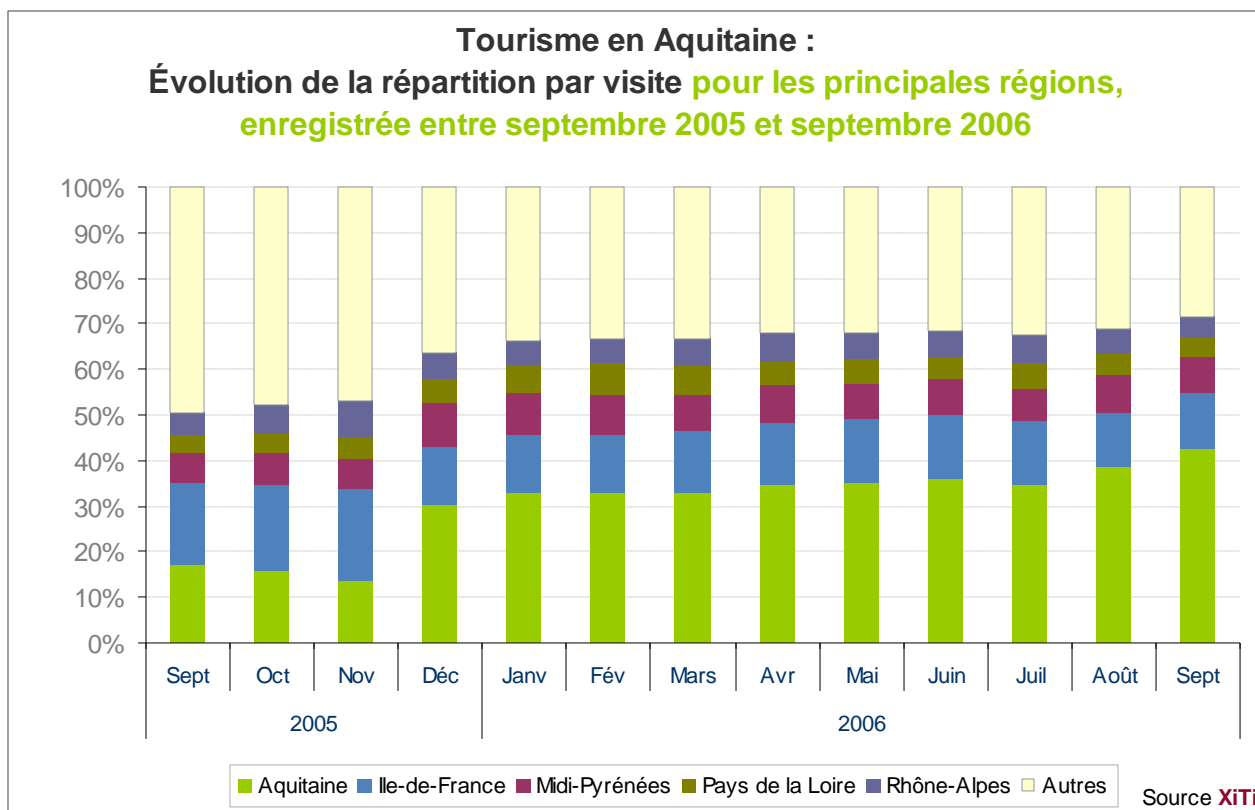
Source XiTi

**Internet en France :
Top 5 en part de visites
(du 26/09/2005 au 01/10/2006)**



Source XiTi

Part croissante des visites réalisées par des internautes aquitains depuis début 2006



L'équipement des internautes

Part de visite par système d'exploitation d'origine			
	Tourisme Aquitaine	Tourisme France	Internet France
Autres	1,18%	0,41%	0,48%
Linux	0,66%	0,58%	0,71%
Mac OS	3,87%	3,70%	3,19%
Windows	94,29%	95,32%	95,62%
<i>(Septembre 2006)</i>			(Source XiTi)

<i>Part de visite par navigateur d'origine</i>			
	Tourisme Aquitaine	Tourisme France	Internet France
Camino	0,03%	0,03%	0,04%
Internet Explorer	83,37%	83,56%	78,28%
Mozilla	12,09%	12,76%	18,42%
Netscape	1,53%	0,67%	0,45%
Opéra	0,29%	0,37%	0,57%
Safari	2,68%	2,62%	2,21%
Sony PSP	0,00%	0,00%	0,02%
<i>(Septembre 2006)</i>			(Source XiTi)

Synthèse

▪Après une pause automnale, véritable bond du nombre de visites sur les sites de tourisme en Aquitaine en janvier 2006, avec toujours un pic de visites fin juillet

- En janvier 2006, l'augmentation du nombre de visites s'accompagne d'un regain d'intérêt que l'on ne retrouve pas pour les sites de tourisme en France ou pour les sites tous secteurs Internet. Entre décembre 2005 et janvier 2006, les visiteurs voient ainsi une page de plus sur les sites de tourisme en Aquitaine lors de leurs visites.
- A la baisse en mai-juin 2006, le niveau d'intérêt se reprend en juillet 2006 avec le pic des visites : on peut supposer que les internautes commencent à s'intéresser en masse à leurs vacances dès le début d'année (choix du lieu, du type d'hébergement...) et ce jusqu'en avril, et qu'ils sont à nouveau nombreux et impliqués en juillet 2006 pour les derniers détails ou carrément pour l'organisation de dernière minute (réservations, renseignements sur les activités proposées...)
- Belle performance de l'été 2006 : des visites plus nombreuses qu'en 2005 (à l'exception des 1ère et 3ème semaines de juillet) et qui ont surtout gagné en intérêt. Cette implication se remarque nettement au cours de la semaine du 24 au 30 juillet 2006 : les aoûtiers ont alors sûrement besoin de peaufiner les derniers détails et accordent une attention particulière aux informations recherchées...

▪ Des visites sur les sites de tourisme en Aquitaine typées week-end, et des comportements horaires spécifiques

- La part des visites du week-end est supérieure à celle constatée sur les sites de tourisme en France, particulièrement le dimanche... Visites d'internautes aquitains en recherche d'activités pour le week-end ?
- Plus de la moitié des visites hebdomadaires des sites de tourisme en Aquitaine sont néanmoins réalisées en moyenne sur les 3 premiers jours de la semaine.
- Les visites se font proportionnellement plus en fin de matinée et en après-midi que les visites sur les sites de tourisme en France et sur les sites tous secteurs Internet, avec un creux de midi plus prononcé. Le léger pic de 21h est aussi caractéristique des sites de tourisme en Aquitaine.

▪ Premiers centres d'intérêt : les rubriques « Animations/loisirs » et « Hébergement/séjour/hôtel »

- En début d'année, les internautes s'intéressent avant tout aux informations concernant l'hébergement et les activités proposées sur leur éventuel lieu de vacances. Après une stabilisation au printemps, la part de ces rubriques est à nouveau à la hausse en été pour les besoins de dernière minute...

- Comparé aux sites de tourisme en France et aux sites tous secteurs Internet en France, les accès aux sites de tourisme en Aquitaine se font proportionnellement plus par moteurs de recherche et sites affluents

- Les accès directs, 2ème source de trafic, génèrent les visites les plus intéressées (avec notamment un plus grand nombre de pages vues par visite) : il est donc intéressant pour les sites de tourisme en Aquitaine de travailler leur notoriété pour faire lever sur ce type d'accès plus qualitatif

- Ce sont d'ailleurs les visites par accès direct (ainsi que par sites affluents) les plus dynamiques durant la période phare qui va de janvier à juillet 2006.

- Après la France, c'est du Royaume-Uni, de Belgique et d'Espagne que proviennent le plus de visites cette année

- Très forte saisonnalité des visites hollandaises, avec des pics très nets en janvier et juillet 2006

- Concernant les visites françaises, un tiers proviennent d'Aquitaine, ce qui dévoile un intérêt des Aquitains pour leur région : ses activités, ses lieux de vacances...(sans oublier les visites des professionnels du tourisme aquitain). Les 4 autres régions les plus génératrices de trafic sont l'Ile de France, Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes et les Pays de la Loire.

Le Pays du Grand Bergeracois



Pays du
Grand Bergeracois

Données utilisées	Pourquoi les utiliser	Suite à donner	Exemples
Tableau de Bord : Bilan des visites, visiteurs, pages vues. Quotidien, hebdomadaire, mensuel, annuel	Rendre compte auprès des élus, financeurs et grand public à partir de données fiables et reconnues. Permet de mesurer l'audience du site au quotidien et son évolution.	Communication	Bilan d'activité sur la Lettre de Pays, aux organismes de presses , etc
Editorial : Bilan d'une page en particulier	Répondre aux demandes de nos partenaires (partenaires commerciaux) en terme de fréquentation de leur(s) page(s)	Fidélisation des partenaires. Développement de leur page. Vérifier leur référencement.	Partenaires (hébergement)
Editorial : Bilan d'une page en particulier	Connaître le chargement de chaque page	Argument de vente. Etablissement des tarifs	Bandeau publicitaire
Editorial : Chapitres	Connaître la vocation du site, en l'occurrence, à dominante touristique	Meilleure mise en avant des rubriques	Mise en avant des hébergements en début de saison touristique
Navigation : Le comportement des Internautes (page entrée, page sortie, loupe)	Etude du chemin suivi par les Internautes	Pour l'amélioration de la navigation du site.	Refonte du menu , mise en place d'une meilleure navigation entre les langues
Sources : Mots-clés et moteurs de recherche	Mesurer le degré de référencement du site	Améliorer le référencement	Adapter les titres
Sources : Sites affluents et accès direct	Mesurer le degré de popularité du site	Plan de communication	Campagne d'échange de liens
Géolocalisation	Connaître l'audience et la fréquentation des Internautes suivant leur origine géographique	Traductions de rubriques en fonction des cibles touristiques du Département	Traduction du site en anglais et espagnol. Traduction en 9 langues de la page d'accueil
Technique	Connaître les configurations matérielles et logicielles de nos Internautes	Adapter la technicité du site	Adapter le nouveau menu du site aux différents navigateurs

Bordeaux - 24 septembre 2007

Projet sur 3 ans du Baromètre de l'e-tourisme en Aquitaine

■ Principes

- Opération mise en place par AT Internet (XiTi), et soutenue par le Conseil Régional d'Aquitaine, pour dresser un bilan de la fréquentation des sites Web de tourisme en Aquitaine sur 3 ans
- L'audience globale des sites Web de tourisme en Aquitaine sera comparée à celle des sites de tourisme en France et celle des sites tous secteurs Internet afin de mettre en évidence ses spécificités

■ Objectifs

- Améliorer la performance des sites Web des acteurs du tourisme en Aquitaine de manière à favoriser la croissance de leur activité
- Participer au développement de l'économie aquitaine
- Développer la culture Internet locale
- Adapter la mesure d'audience aux besoins des sites de tourisme

- Mesure des données de fréquentation des sites de tourisme en Aquitaine participant au projet
 - Mesure de toutes les données de fréquentation via la version Expert de XiTi durant 3 ans (modalités de souscription décrites ci-après)
 - Assistance technique : ligne on line pour répondre aux questions ponctuelles relatives à l'utilisation de l'interface XiTi

- Des formations à la version Expert de XiTi
 - Package de **25 journées** de formation (cellule dédiée), à répartir sur les 3 années
 - **Automne 2007** : première formation. Deux demi-journées par groupe (groupes à définir selon les besoins et profils des sites, déterminés grâce au **questionnaire**) sont prévues :
 - Une demi-journée : le **marquage des sites**
 - Une demi-journée : l'**utilisation de l'interface**

▪ L'animation du projet

- **Chaque année** : une journée d'information et d'échanges pour parler des points importants du projet et restituer les résultats du Baromètre de l'e-Tourisme en Aquitaine
- **Chaque mois** : un mail sera envoyé par XiTi à tous les participants afin de leur faire part d'un fait marquant autour du projet du Baromètre, de bonnes pratiques à partager ou de nouveautés XiTi
- De manière plus générale, les analyses du Baromètre de l'e-Tourisme en Aquitaine seront **valorisées** par le **Conseil Régional d'Aquitaine** dans ses communications institutionnelles (événementiels type Assises régionales du Tourisme, rencontres professionnelles, publications diverses, ..) et par les agences régionales notamment l'AEC (au niveau de son diagnostic numérique), le CRTA sur son site internet et la MOPA à travers ses actions de professionnalisation.

▪ La réalisation et la restitution du Baromètre de l'e-Tourisme en Aquitaine

▪ Chaque année, le Baromètre sera restitué par XiTi pour une période d'analyse allant de septembre à septembre :

- Octobre 2008 : Baromètre de septembre 2007 à septembre 2008
- Octobre 2009 : Baromètre de septembre 2008 à septembre 2009
- Octobre 2010 : Baromètre de septembre 2009 à Septembre 2010

▪ Ce baromètre donnera l'analyse comparative des données cumulées des sites Web de tourisme en Aquitaine par rapport au tourisme en France et au tous secteurs Internet, à différents niveaux :

- l'audience globale,
- les rubriques consultées,
- les jours et heures de visites,
- les types d'accès,
- les lieux d'origine et l'équipement des visiteurs.

- L'abonnement à la version Expert de XiTi : coût préférentiel pour les sites de tourisme en Aquitaine participant au projet
 - Obligatoire pour intégrer le Baromètre de l'e-Tourisme en Aquitaine
 - Il comprend la mesure des données de fréquentation de votre site Web et l'accès à vos données personnelles via une interface
 - Le **coût mensuel** de la version Expert de XiTi est de 135 euros HT par site, et est ramené à **30 euros HT par site** dans le cadre du Baromètre de l'e-Tourisme en Aquitaine
- L'animation de ce projet d'intérêt régional est soutenu par le Conseil régional d'Aquitaine sur la période 2007/2010

■ Pour 2007

- Le premier projet du Baromètre s'étant arrêté en décembre 2006, XiTi a gracieusement continué à auditer les sites de janvier à août 2007
- Le nouveau projet sur 3 ans débutant en septembre 2007, les sites doivent s'acquitter de leur abonnement de **30 euros HT mensuel à compter de septembre 2007**
- Le formulaire d'abonnement à la version Expert de XiTi est à retourner **avant le 10 octobre 2007** pour intégrer le projet du Baromètre de l'e-Tourisme en Aquitaine et bénéficier de toutes les prestations l'accompagnant