

Commercialisation :

Quels rôles pour les Offices de Tourisme ?



Rencontres de la commercialisation

Alpes Espace

02 juin 2023



Mathieu VADOT

Fondateur du cabinet Marketing&Tourisme.
Co-fondateur de la marque « id-rezo ».
Consultant indépendant en marketing touristique



SITE WEB

www.marketing-tourisme.net

www.id-rezo.com



mathieu.vadot@idrezo.com



Facebook.com/Marketing.Tourisme



Linkedin.com/in/mathieuvadot/

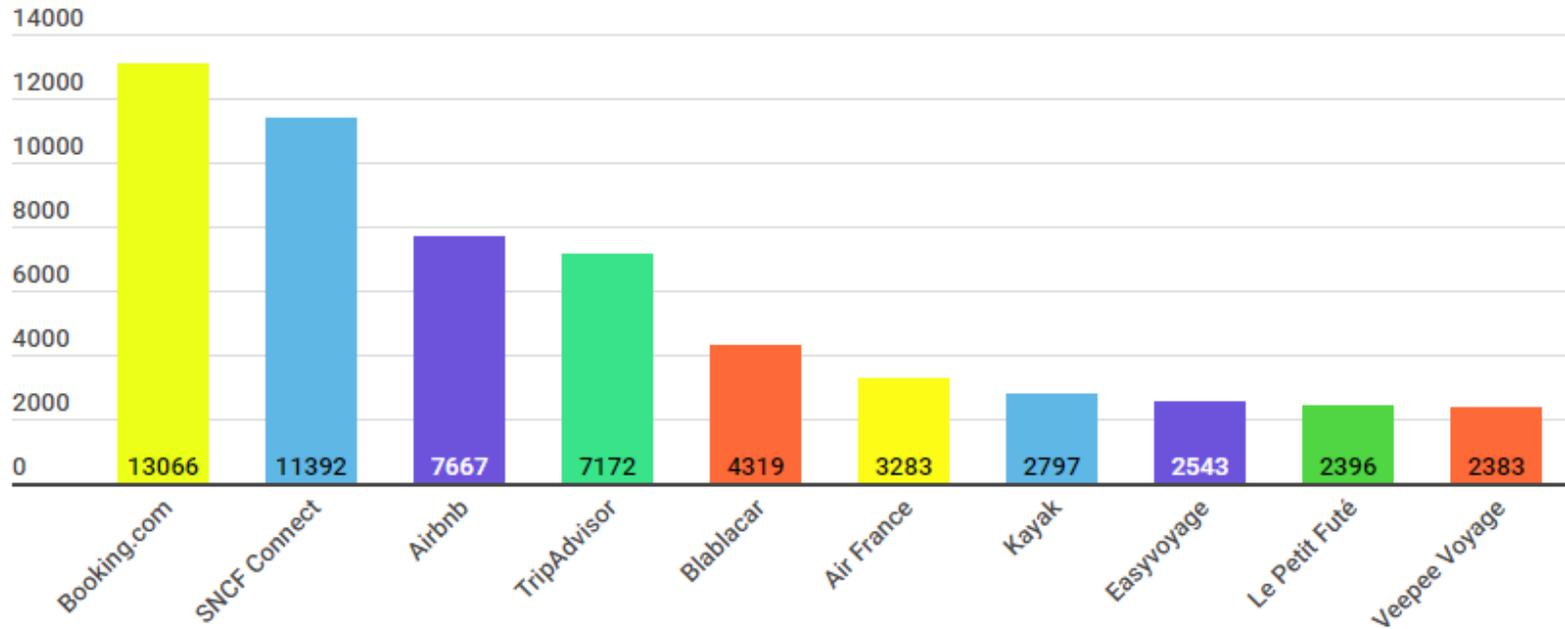


MARKETING
&
TOURISME

État des lieux de la distribution du tourisme

Les OTA règnent sur la distribution... (distribution BtoC des hébergements et du transport en particulier).

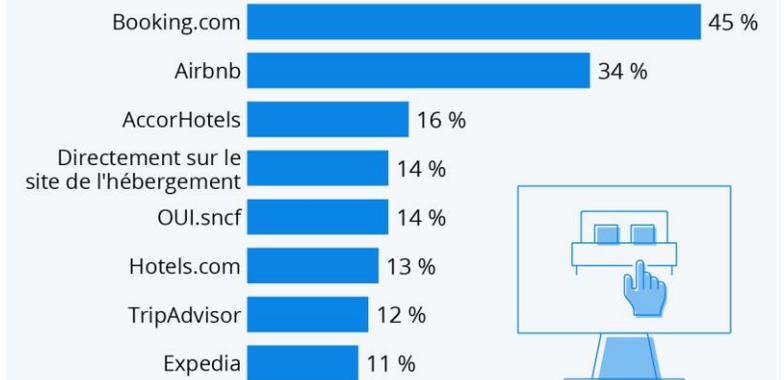
Top 10 des marques de voyage (novembre 2022)



Classement L'Echo touristique à partir des données Médiamétrie//NetRatings en France en milliers de visiteurs uniques (ordinateur + téléphone mobile + tablette) en novembre 2022, catégorie Voyage (hors sous-catégorie Plans/cartes). Nous avons retiré du top fourni par le cabinet d'audience 4 marques : SNCF, RATP, Uber et Vinci Autoroutes..

E-tourisme : les sites les plus populaires en France

Part des utilisateurs ayant réservé un hôtel ou logement privé sur ces sites/applis au cours des 12 derniers mois *



* Base : près de 1 000 utilisateurs interrogés en ligne (18 à 64 ans). Données issues de trois vagues d'enquête de mars 2020 à mars 2021.

Source : Statista Global Consumer Survey



statista

L'intermédiation par les OTA est très variable d'une filière à l'autre ...

Hôtels



Campings



Locations de vacances



Prestataires d'activités Sites touristiques



Niveau de dépendance des OTA par filière

40 à 90 %

0 à 40 %

60 à 100 %

0 à 20 %

Booking.com



campings.com



airbnb



viator
Booking.com



Côté Hôtels...

CHANNELS EVOLUTION

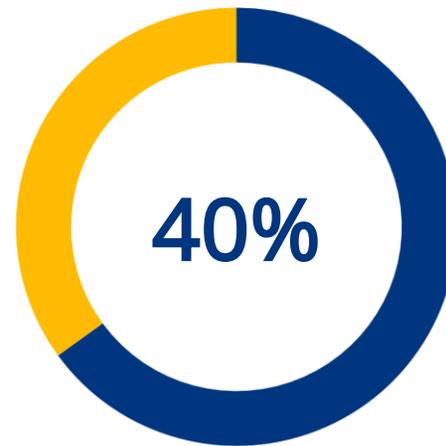
Online market share (revenue) from 2017 to first part of 2021

Europe



- **83 % des voyageurs-internautes** recherchent un hôtel par **mots-clés sur Google**, à 99 %, et tombent obligatoirement sur les sites des OTAs en première ligne des moteurs de recherche.
- **73 % des clients** passent en **1^{er}, 2^e ou 3^e réflexe** par une OTA (Booking en général) dans leur recherche d'hôtel.
- **80 % des internautes ne vont pas au-delà de la première page** de résultats de Google.

Source : [Coach Omnium](#)



des personnes qui réservent sur le site d'un hôtel sont d'abord passées par une OTA*

*Étude EY Parthenon (mars 2021)

Google facilite la réservation en direct de l'internaute (en principe).

Google search results for "hotel ajaccio". The search bar shows "hotel ajaccio" and the search button. Below the search bar, there are navigation options: Tous, Maps, Images, Shopping, Vidéos, Plus, Outils. The results show approximately 6,590,000 results in 0.43 seconds. A list of results is displayed, including an announcement for "80 Hôtels à Ajaccio - Découvrez le Top 10 Des Hôtels" and several hotel listings with their respective prices and ratings.

Hotel Cala Di Sole Ajaccio page on id-rezo. The page features a navigation bar with "Aperçu", "Prix", "Avis", "Emplacement", "À propos", and "Photos". The main content area displays the hotel's name, "Hôtel de tourisme 3 étoiles", and its address: "5 Route des Îles Sanguinaires, 20000 Ajaccio - 04 95 52 01 36". A "Site Web" button is highlighted with a mouse cursor. The hotel has a 4.5-star rating and is described as "Chambres sobres avec terrasse privée et vue sur mer, piscine d'eau salée et plage privée." A "Vérifier la disponibilité" section is visible, showing arrival and departure dates (ven. 24 févr. to sam. 25 févr.) and a "Prix total par nuit" field. A call to action says "Contactez cet établissement" and "Rechercher des hôtels proposant des prix sur Google".

Hotel Fesch & Spa page on id-rezo. The page features a navigation bar with "Aperçu", "Prix", "Avis", "Emplacement", "À propos", and "Photos". The main content area displays the hotel's name, "Hôtel 3 étoiles", and its address: "7 Rue du, 7 Rue Cardinal Fesch, 20000 Ajaccio - 04 95 51 62 62". A "Site Web" button is highlighted. The hotel has a 4.0-star rating and is described as "Hôtel de style décontracté proposant chambres sobres, spa et toit-terrasse avec restaurant et piscine." A "Vérifier la disponibilité" section is visible, showing arrival and departure dates (ven. 24 févr. to sam. 25 févr.) and a "Prix total par nuit" field. A call to action says "Contactez cet établissement" and "Rechercher des hôtels proposant des prix sur Google".

Côté Campings ...

Une faible dépendance des OTA et une part très majoritaire des réservations faites en ligne en direct !

70 % à 90 % des réservations sont faites en direct, et principalement en ligne sur le site des campings.

(Source : Ctoutvert)

Pas d'intermédiaire de vente incontournable, mais beaucoup de petits acteurs.



Côté Locations de vacances ... Airbnb règne en maître...

“Airbnb” est cherché 1.9 M de fois par mois en France : c’est 11% du trafic total de la catégorie

Top recherches catégorie “Hôtels et Logement” en avril 2022

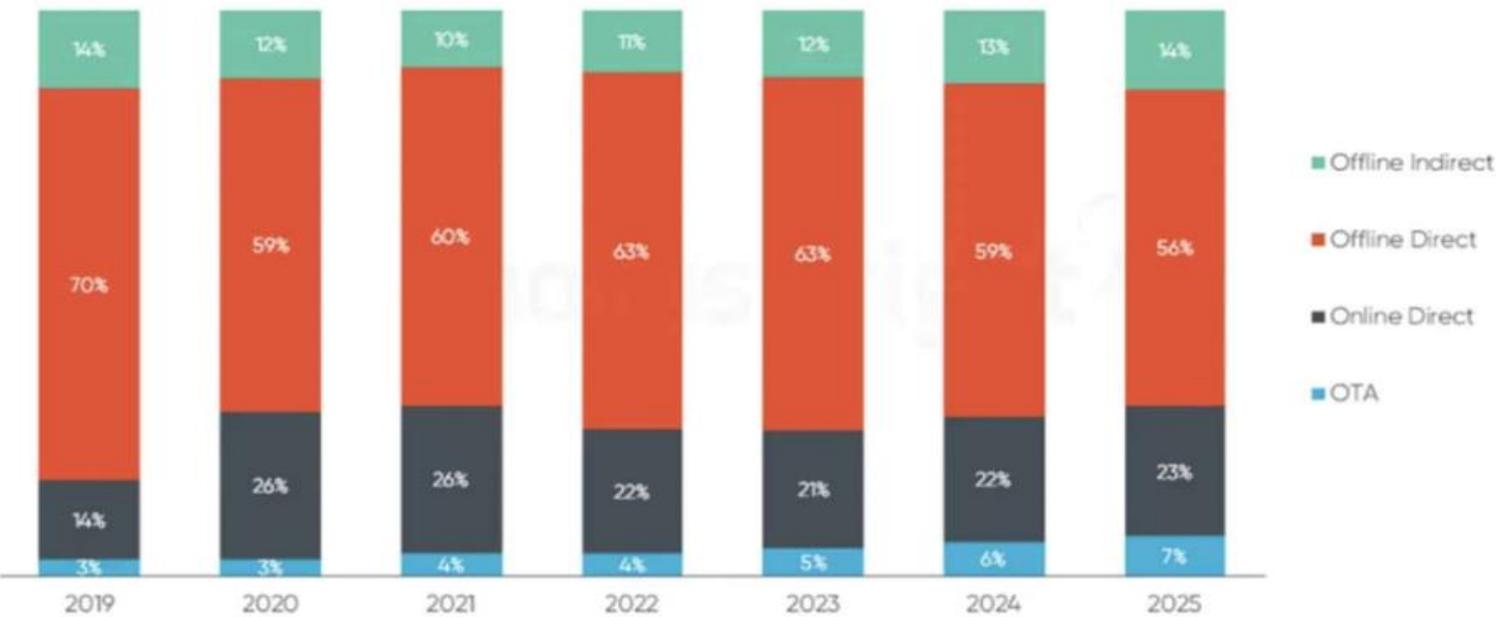
	Search Term (26,114)	Traffic ↓	Change	Volume	Volume Trend	Traffic Leader
1	airbnb	1.2M <u>11.15%</u>	-	1.9M		airbnb.fr
2	booking	942.7K <u>8.86%</u>	-	1.4M		booking.com
3	abritel	193.4K <u>1.82%</u>	-	268.7K		abritel.fr
4	air bnb	138K <u>1.30%</u>	-	298.4K		airbnb.fr
5	rbnb	112K <u>1.05%</u>	-	145.8K		airbnb.fr
6	gites de france	72.5K <u>0.68%</u>	-	89.8K		gites-de-france.com
7	gite de france	71.1K <u>0.67%</u>	-	135K		gites-de-france.com
8	expedia	50.8K <u>0.48%</u>	-	54.8K		expedia.fr
9	booking.com	41.1K <u>0.39%</u>	-	35.1K		booking.com
10	pierre et vacances	38.2K <u>0.36%</u>	-	72.6K		pierreetvacances.com

Traffic : nombre de clics vers les sites de l'industrie sur la période sélectionnée
Volume : nombre moyen de recherches mensuelles

Côté Activités & sites de visites ... Les ventes sont majoritairement en direct hors ligne... mais cela évolue...

Global TAA* Share by Channel (%), 2019-2025

Figure 13



(Source : Phocusright – Arrival / % de volume d'affaires)

* TAA = Tours And Activities

2/3 des voyageurs réservent leurs activités de loisirs **une fois arrivés dans leur destination.**

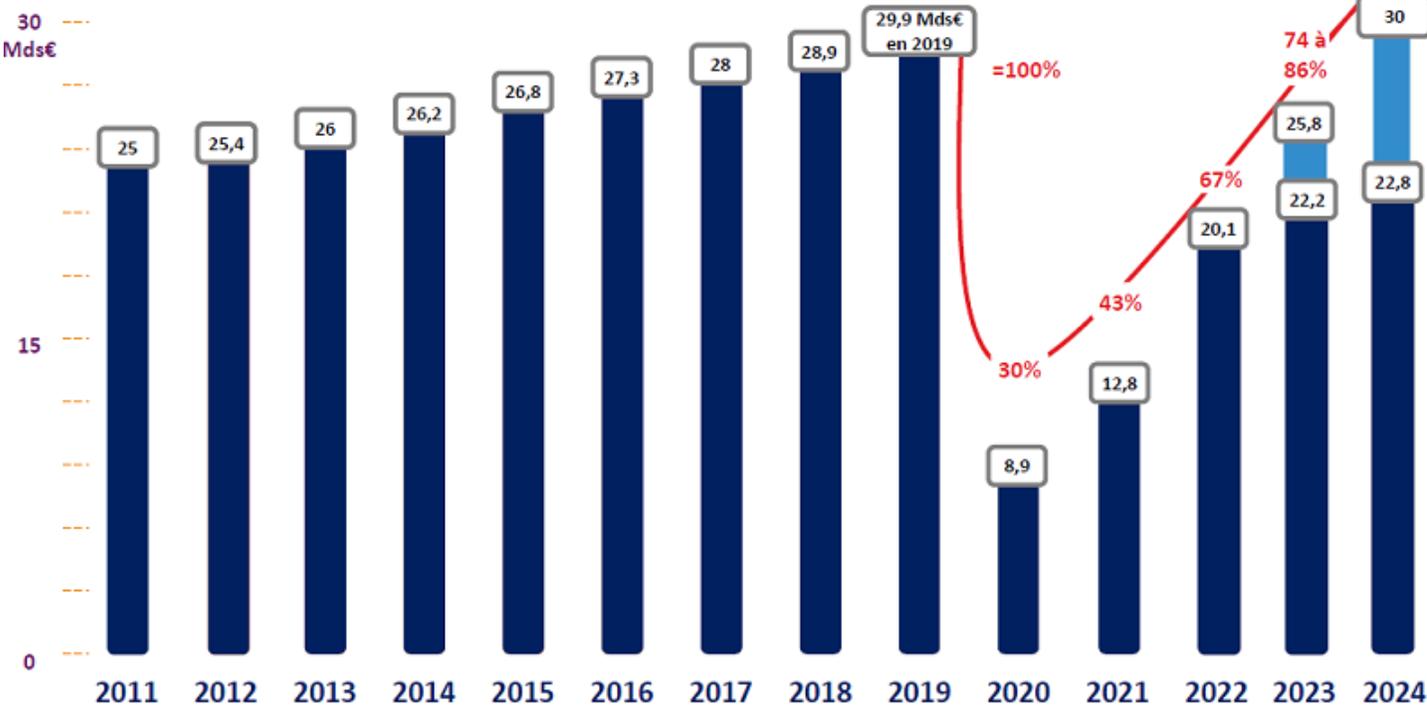
Les hébergeurs sont une des premières sources de recommandations/conseil concernant les activités.

Les Offices de Tourisme/les ADT sont légitimes sur la question du « Quoi faire sur place ? »

Les OTA ne sont pas du tout incontournables.

Le voyage d'affaires repart après la période COVID... mais dans l'incertitude sur le MICE (inflation, pression environnementale) et une évolution des pratiques concernant les voyageurs d'affaires indiv. (télétravail, visio ...).

Evolution de la dépense T&E en France

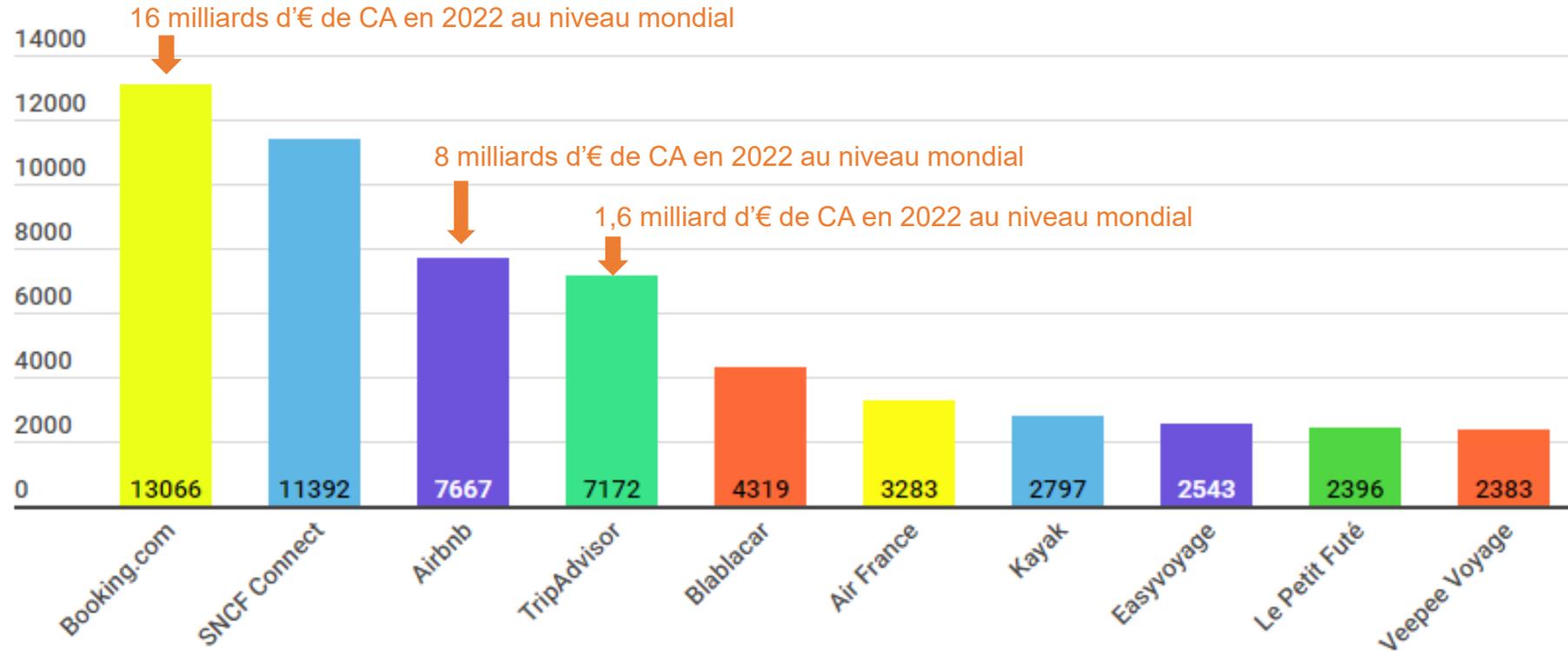


Les voyages de groupes ont également très bien repris en 2021 et 2022.



Quel poids pour le canal de vente « Destination »
au regard de la concurrence des OTA
et de la question de l'intention d'achat du visiteur ?

Top 10 des marques de voyage (novembre 2022)



Taux de conversion
moyen des OTA :
3 à 4 %

Classement L'Echo touristique à partir des données Médiamétrie//NetRatings en France en milliers de visiteurs uniques (ordinateur + téléphone mobile + tablette) en novembre 2022, catégorie Voyage (hors sous-catégorie Plans/cartes). Nous avons retiré du top fourni par le cabinet d'audience 4 marques : SNCF, RATP, Uber et Vinci Autoroutes..

[en aparté]

La question de l'intention d'achat du visiteur en fonction de la nature des sites web qu'il visite est essentielle dans l'analyse ...

Taux de conversion moyen sur les sites web des opérateurs privés - hébergements étudiés :

1,8 %



Taux de conversion moyen sur les sites web des opérateurs DMO étudiés :

0,27 %



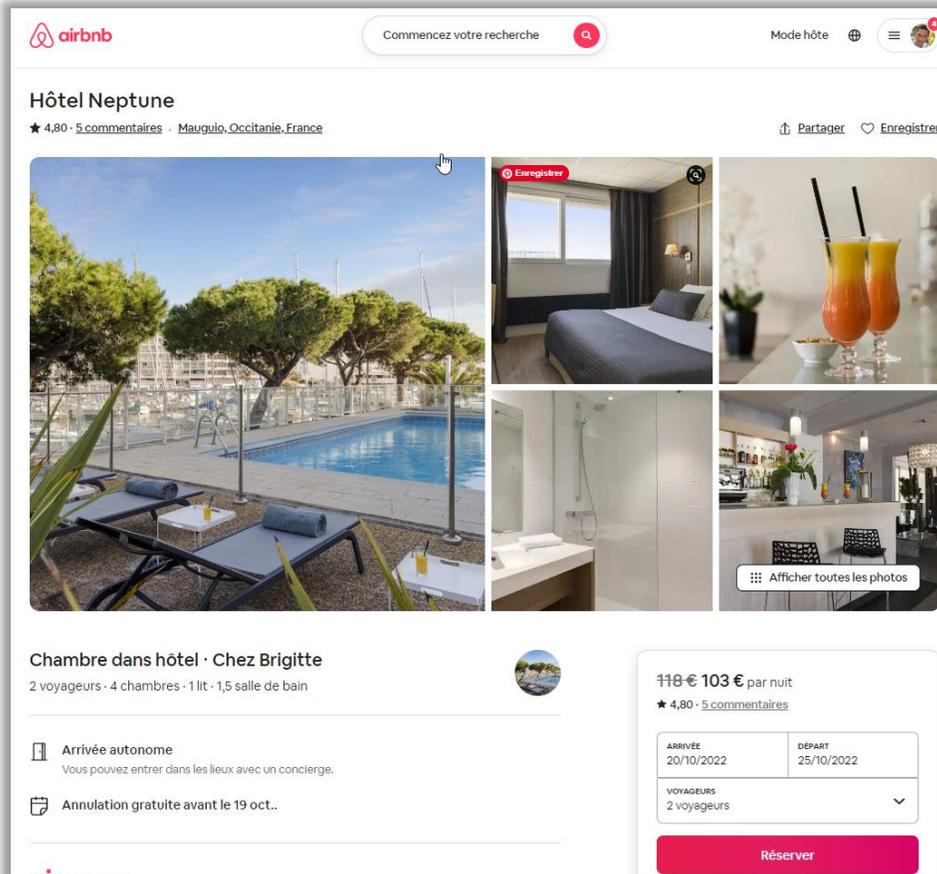
VS

*[Données issues de la cartographie des opérateurs qui commercialisent en Occitanie – AMO CRT Occitanie]

Les évolutions que l'on observe depuis
plusieurs années et les tendances fortes

...

La conception de l'hébergement touristique a changé ...



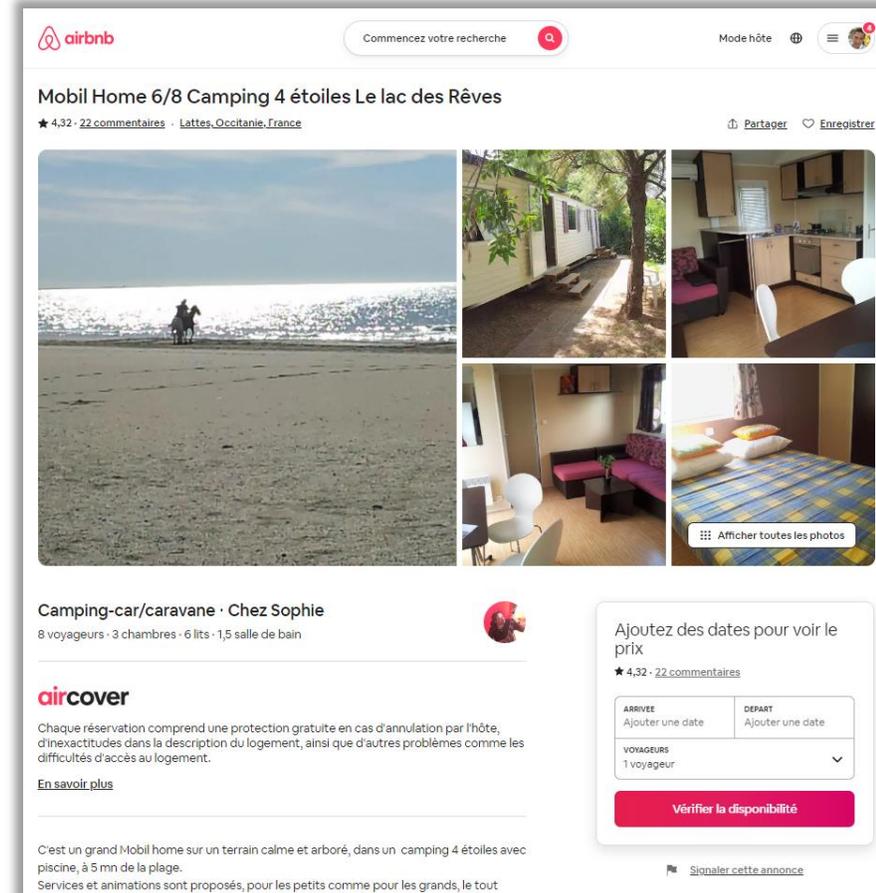
Hôtel Neptune
★ 4,80 · 5 commentaires · Mauguio, Occitanie, France

Chambre dans hôtel · Chez Brigitte
2 voyageurs · 4 chambres · 1 lit · 1,5 salle de bain

118€-103€ par nuit
★ 4,80 · 5 commentaires

ARRIVÉE 20/10/2022 DÉPART 25/10/2022
VOYAGEURS 2 voyageurs

Réserver



Mobil Home 6/8 Camping 4 étoiles Le lac des Rêves
★ 4,32 · 22 commentaires · Lattes, Occitanie, France

Camping-car/caravane · Chez Sophie
8 voyageurs · 3 chambres · 6 lits · 1,5 salle de bain

aircover

Chaque réservation comprend une protection gratuite en cas d'annulation par l'hôte, d'inexactitudes dans la description du logement, ainsi que d'autres problèmes comme les difficultés d'accès au logement.

En savoir plus

Ajoutez des dates pour voir le prix
★ 4,32 · 22 commentaires

ARRIVÉE Ajouter une date DÉPART Ajouter une date
VOYAGEURS 1 voyageur

Vérifier la disponibilité

Signaler cette annonce

Type de logement

- Logement entier
Un logement entier rien que pour vous
- Chambre partagée
Un espace couchage et des parties communes qui peuvent être partagés avec d'autres personnes
- Chambre privée
Une chambre privée dans un logement ou un hôtel, avec des parties communes partagées avec d'autres personnes

Filières

Classement

Labels

Professionnels vs
Particuliers



Les OTA offrent des solutions d'hébergement (point) et effacent progressivement les différences entre les filières.

Booking.com EUR Ajoutez votre établissement [S'inscrire](#) [Se connecter](#)

[Hébergements](#) [Vois](#) [Vol + hôtel](#) [Voitures de location](#) [Attractions](#) [Taxis aéroport](#)

Accueil > France > Résultats de votre recherche

Rechercher
Destination / Nom de l'établissement :

Rechercher
Destination / Nom de l'établissement : Ardèche

Du Date d'arrivée

Au Date de départ

2 adultes · 0 enfant · 1 chambre

Maisons et appartements entiers

Je voyage pour le travail

Rechercher

Ardèche : 1 622 établissements [Voir sur la carte](#)

Tri par : Nos préférés

Le montant de la commission payée et d'autres facteurs peuvent affecter le classement d'un hébergement. [En savoir plus.](#)

Magnifique maison en coeur de Balazuc, proche plages ardèche **Exceptionnel** 9,5
4 expériences vécues **Situation géographique** 10
Balazuc [Indiquer sur la carte](#)
 Niveau 2 Voyage Durable [Voir les tarifs](#)

Offrant une vue sur la montagne, la Magnifique maison en coeur de Balazuc, proche plages ardèche propose un hébergement avec des installations de sports nautiques, un casino et une plage privée, à...

Prehistoric Lodge **Très bien** 8,4
480 expériences vécues **Situation géographique** 9,6
Vallon-Pont-d'Arc [Indiquer sur la carte](#)
 Niveau 2 Voyage Durable [Voir les tarifs](#)

Le Prehistoric Lodge se trouve à l'entrée de la réserve naturelle des Gorges de l'Ardèche, à seulement 100 mètres de la grotte de Chauvet.

Domaine de la Pinède **Fabuleux** 9,1
138 expériences vécues **Situation géographique** 9,6
Aubenas [Indiquer sur la carte](#)
 Niveau 2 Voyage Durable [Voir les tarifs](#)

Situé à Aubenas, à 35 km du pont d'Arc, le Domaine de la Pinède propose une piscine extérieure ouverte en saison, un parking privé gratuit, un jardin et un salon commun.

les vignes Ardéchoises - Peuplier **Superbe** 8,8
36 expériences vécues [Voir les tarifs](#)

Hébergement géré par un particulier
Sarras [Indiquer sur la carte](#)

Type d'établissement

<input type="checkbox"/> Maison de vacances / Gîte	677
<input type="checkbox"/> Appartement	332
<input type="checkbox"/> B&B / Chambres d'hôtes	191
<input type="checkbox"/> Hôtel	124
<input type="checkbox"/> Villa	93
<input type="checkbox"/> Maison d'hôtes	86
<input type="checkbox"/> Camping	62
<input type="checkbox"/> Chalet	14
<input type="checkbox"/> Séjour chez l'habitant	13
<input type="checkbox"/> Village vacances	11
<input type="checkbox"/> Tente de luxe	9
<input type="checkbox"/> Séjour à la campagne	6
<input type="checkbox"/> Lodge	5
<input type="checkbox"/> Séjour à la ferme	2
<input type="checkbox"/> Gîtes	2
<input type="checkbox"/> Love hôtel	1

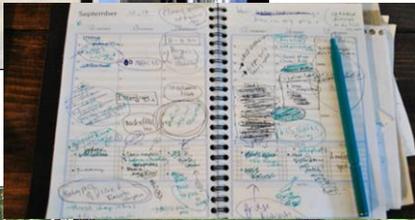
[Afficher moins](#)

Booking attribue son propre « classement » aux locations de vacances !

Maison le trèfle

Ces carrés sont attribués aux hébergements de type location disponibles sur Booking.com. Ils représentent le niveau de qualité fourni et prennent en compte plusieurs facteurs tels que les équipements, la superficie, l'emplacement et les services.

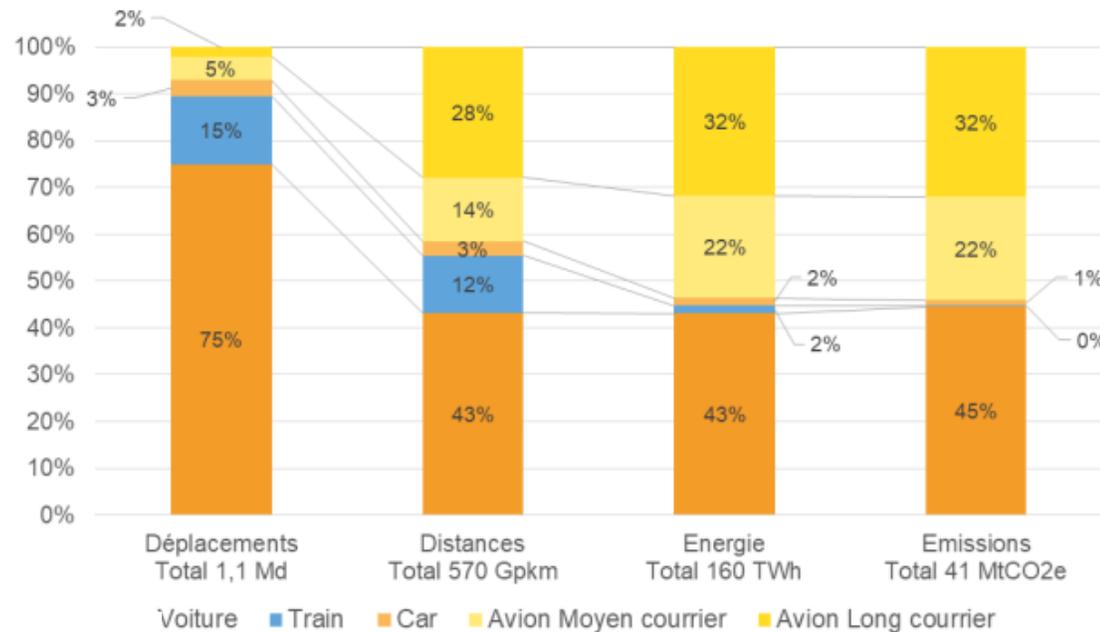
Les OTA « galèrent » sur la distribution des activités de loisirs ...



- **2016** : **Booking** teste la réservation d'activités avec ses propres moyens (technologique, RH ...) > Booking Expérience
- **2017** : **Airbnb** lance ses « Expériences » en France et les déploie sur tout le territoire en 2018.
- **2019** : **GetYourGuide** lève 450 millions de d'euros (après avoir déjà levé 14 M en 2013 et de 25 M de plus en 2014 auprès des mêmes investisseurs).
- **2020** : **Booking** décide d'arrêter la commercialisation des activités (Booking Expérience) avec ses propres services et s'en remet pour cela à un partenariat avec #Musement, puis Viator en 2021 et Klook en 2022.
- **2021** : La Banque des Territoires lance **Alentour** la plateforme numérique française de distribution et de réservation d'activités de loisirs, en s'associant avec Amadeus et Dawex.
- **2022** : **Alentour** Alentour fait l'acquisition de Manawa.
- **2023** : **Airbnb** fait une pause dans le développement des Expériences !?
- **2023** : **GetYourGuide** lève (encore) 182 millions d'euros.

La considération croissante de la responsabilité « carbone », notamment sur le transport.

- Assentiment à l'égard de la régulation de l'aérien.
- Fortes croissances des mobilités douces.
- Conscience de caractère responsable des voyages en train.



Comparaison du nombre de déplacements à longue distance des Français, des distances parcourues, et des émissions de GES associées
Estimations 2020

Fréquentation moyenne des itinéraires EuroVelo et évolution par rapport à 2019

+11 % de passages par rapport à 2019
(+28 % hors période de confinements)



Les démarches environnementales/RSE des entreprises de tourisme deviennent pour la première fois de vrais critères de choix impactant le processus d'achat !

Station Verte

LES ÉCO-GESTES pour des vacances vertes

<p>NE LAISSER AUCUN DÉCHETS ET RAMASSER CEUX TROUVÉS</p>	<p>RESTER SUR LES CHEMINS BALISÉS RESPECTER LES LIEUX PRÉSERVÉS OU PRIVÉS</p>	<p>ÉVITER LE PLASTIQUE, PRIVILÉGIER LES MATIÈRES RÉUTILISABLES (INOX, TEXTILE, VERRE) ET/OU LE BIODÉGRADABLE</p>
<p>ADMIRER SANS RAMASSER ET SANS DÉRANGER LA FAUNE ET LA FLORE LOCALE</p>	<p>CHOISIR DES PRODUITS NATURELS ET RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT POUR SE PROTÉGER</p>	<p>ACHETER DES PRODUITS BIOS, LOCAUX ET DE SAISON QUI VALORISENT LE SAVOIR-FAIRE LOCAL</p>
<p>UTILISER LES TRANSPORTS DOUX OU EN COMMUNS POUR SE DÉPLACER ET POUR VISITER</p>	<p>RÉDUIRE SA CONSOMMATION D'EAU ET D'ÉNERGIE POUR ÉVITER LE GASPILLAGE</p>	<p>OPTER POUR UNE TROUSSE DE TOILETTE ZÉRO-DÉCHET (SAVON ET SHAMPOING SOLIDES, LINGETTES LAVABLES, ...)</p>

Appliquer les 5 R
RESPECTER, RECYCLER, RALENTIR, RENCONTRER, SE RESSOURCER !

www.stationverte.com #stationverte



1 Français sur 4 indique qu'il recherche activement des informations sur les pratiques durables d'un établissement avant d'effectuer une réservation*.

27 % des voyageurs affirment avoir séjourné dans un hébergement durable au cours de l'année écoulée*.

Parmi les voyageurs qui n'ont pas séjourné dans un hébergement durable au cours de l'année passée, 30 % déclarent qu'ils ne connaissaient pas l'existence de tels hébergements*.

*(Source : Étude Booking menée auprès d'un échantillon de 33 000 personnes réparties dans 35 pays en 2023)

[En complément]



Booking.com

Fin 2021, Booking.com crée un nouveau badge « Établissement Voyage Durable » permettant d'identifier l'offre d'hébergement « éco-responsable ».

Établissement Voyage Durable

Magnifique maison en coeur de Balazuc, proche plages ardèche **Exceptionnel** 9,5
4 expériences vécues
Situation géographique 10
Hébergement géré par un particulier
Balazuc · Indiquer sur la carte
Niveau 2 Voyage Durable
Offrant une vue sur la montagne, la Magnifique maison en coeur de Balazuc, proche plages ardèche propose un hébergement avec des installations de sports nautiques, un casino et une plage privée, à...

Mesures Voyage Durable
Voici les actions que cet établissement a mises en place pour favoriser les voyages durables et respectueux de l'environnement :

- Déchets**
 - Bacs de recyclage à disposition des clients et recyclage des déchets
 - Aucun shampoing, après-shampoing, gel douche conditionné dans un flacon en plastique à usage unique
 - Aucune touillette en plastique à usage unique
 - Aucune paille en plastique à usage unique
 - Aucune bouteille en plastique à usage unique
 - Aucune boisson conditionnée dans un emballage en plastique à usage unique
 - Aucun gobelet en plastique à usage unique
 - Aucune assiette/Aucun couvert en plastique à usage unique
- Énergie et gaz à effet de serre**
 - Nourriture proposée majoritairement d'origine locale
 - Éclairage assuré majoritairement par des ampoules LED à économie d'énergie
 - Double vitrage sur toutes les fenêtres
 - Électricité contrôlée via la clé de l'hébergement/un détecteur de mouvement
- Destination et communauté locale**
 - Investissement d'un pourcentage des revenus dans des projets communautaires ou durables
 - Informations sur la culture, le patrimoine et les écosystèmes locaux, conseils relatifs aux règles de savoir-vivre locales
- Eau**
 - Toilettes économes en eau
 - Douches économes en eau
 - Possibilité de refuser le service de ménage journalier
 - Possibilité de réutiliser les serviettes
- Nature**
 - Pas de mise en scène/interaction avec des animaux sauvages (non domestiqués) maintenus en captivité dans l'établissement.
 - Pas de capture, de consommation ni de vente d'animaux sauvages.
 - Compensation d'une partie de l'empreinte carbone de l'établissement

4 niveaux du badge Établissement Voyage Durable :

Niveau 1 : indique qu'un établissement a mis en œuvre certaines pratiques durables efficaces = 1 feuille sur la page de l'établissement.

Niveau 2 : Indique la mise en place d'investissements conséquents et le déploiement de sérieux efforts pour mettre en œuvre des pratiques durables = 2 feuilles sur la page de l'établissement.

Niveau 3 : Indique la mise en place d'importants investissements et la mise en place de mesures comparables à celles demandées par des organismes de certification, sans pour autant avoir déjà obtenu la certification officielle d'un organisme tiers = 3 feuilles.

NB : Pour l'ensemble des trois niveaux de Badge Établissement Voyage Durable, les voyageurs auront accès à la liste complète des pratiques durables mises en place par l'hébergement via le site ou l'application Booking.com.

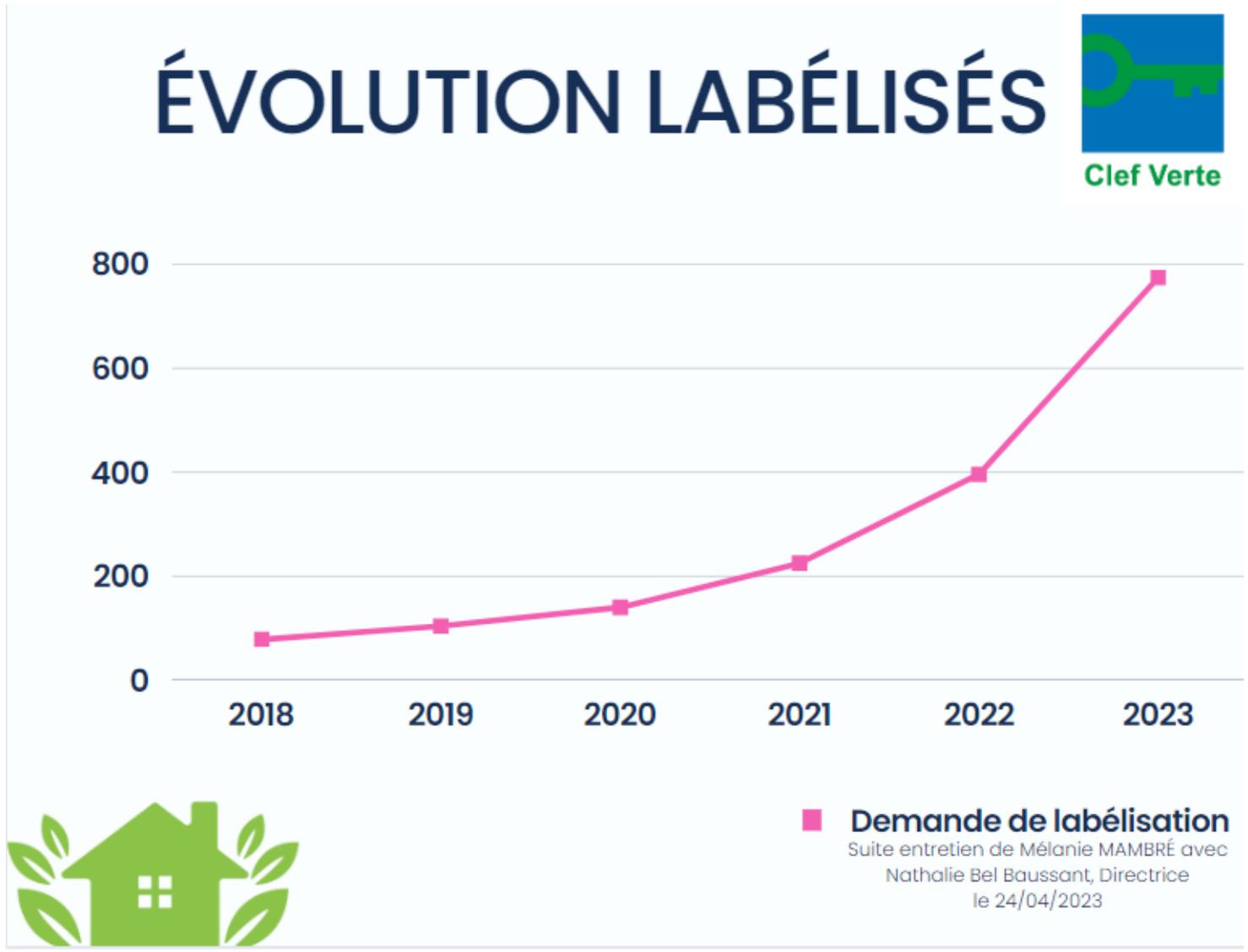
Établissements certifiés : il s'agit des hébergements ayant obtenu l'une des certifications tierces reconnues, parmi plus de **40 distinctions existantes**. = « Certifié », niveau le plus élevé du badge.

Certificats et programmes de durabilité
✓ Certifié par : FEE's Green Key

Processus de vérification des pratiques durables :

1. Auto-déclaration de l'établissement.
2. Questionnaire aux clients, pour vérifier s'ils ont pu constater la mise en place effective de certaines mesures lors de leur séjour.
3. Contrôles aléatoires de société d'audit tierce qui contactent par e-mail les établissements pour leur demander de fournir des preuves de la mise en place des pratiques qui ne sont pas toujours visibles par les clients. Ces preuves peuvent inclure des photos, des déclarations écrites ou d'autres documents. (+ d'info)

[En complément]



#Workation #Télétravail #Tracances #Télétravail #Workshopation

Work from Hyatt

It won't feel like work when you choose to Work from Hyatt — whether you stay local for the day or treat yourself to an extended work adventure. Plus, you'll be rewarded by earning World of Hyatt points and elite Tier-Qualifying Night credits, whether you work with us for the day, the week or even longer.



Office for the Day 1 Day

Enjoy private use of a guest room from 7 a.m. to 7 p.m., including premium Wi-Fi, dining and parking discounts, access to hotel gym, pool, spa and more, all starting at \$65 USD/day. Packages are available daily at hundreds of hotels worldwide including Amsterdam, Chicago, London, Melbourne, New York, Singapore and more through December 5, 2021.

Africa, Americas, Asia-Pacific, Europe, India, Middle East

[LEARN MORE >](#)



Extended Stays 5+ Nights

Work and play at 115+ participating hotels from Arizona and Aruba to Bali and the Bahamas, including a productive workspace, premium resort amenities, daily food and beverage credit, waived resort fees and more. Packages are available for stays of 5+ nights through December 5, 2021 and start at \$139 USD/night.

Americas, Asia-Pacific

[LEARN MORE >](#)



The Great Relocate 29+ Nights

Gather your work, your pets, and your people, and enjoy a month-or-more stay where you can be both pampered and productive. Choose from 125+ hotels in destinations like Paris, Dubai, Mumbai and more. Packages are available for stays of 29+ nights through December 31, 2022.

Africa, Europe, India, & Middle East.

[LEARN MORE >](#)

The screenshot shows the Accor Live Limitless website interface. At the top, there's a search bar with 'montpellier-france', '22 novembre 2021', and '1 chambre - 1 adulte'. The page displays search filters on the left, including a price range slider from 50 to 100 EUR, brand logos (ibis, Mercure, Novotel, ibis Styles, Adagio Access, Pullman), and star ratings. The main content area shows 8 accommodations. The first result is 'ibis Styles Montpellier Centre Comédie ***' with a price of 60 EUR per night. The second result is 'ibis Montpellier Centre Comédie ***' with a price of 50 EUR per night. A vertical banner on the left side of the search results says 'Votre avis ?'.

La formalisation d'une offre et d'une communication adaptées aux besoins des voyageurs qui doivent travailler un peu, ou des travailleurs qui veulent voyager un peu... est une source de différenciation et de revenu pour les hébergeurs.

[en aparté]

La station de La Clusaz propose des séjours mensuels à 1 euro pour les télétravailleurs

Publié le 11/02/2021 18:52

🕒 Durée de la vidéo : 1 min.



Installez vous pendant un mois à La Clusaz pour 1€ avec Airbnb

Par Airbnb - 5 février 2021 - Destinations, Logements, Territoires

f t p

la montagne à 1 euro #IlsOntLaSolution

- Alors qu'un Français sur deux souhaiterait s'échapper de la ville pour vivre ou travailler au grand air, Airbnb...

franceinfo
France Télévisions

Insolite

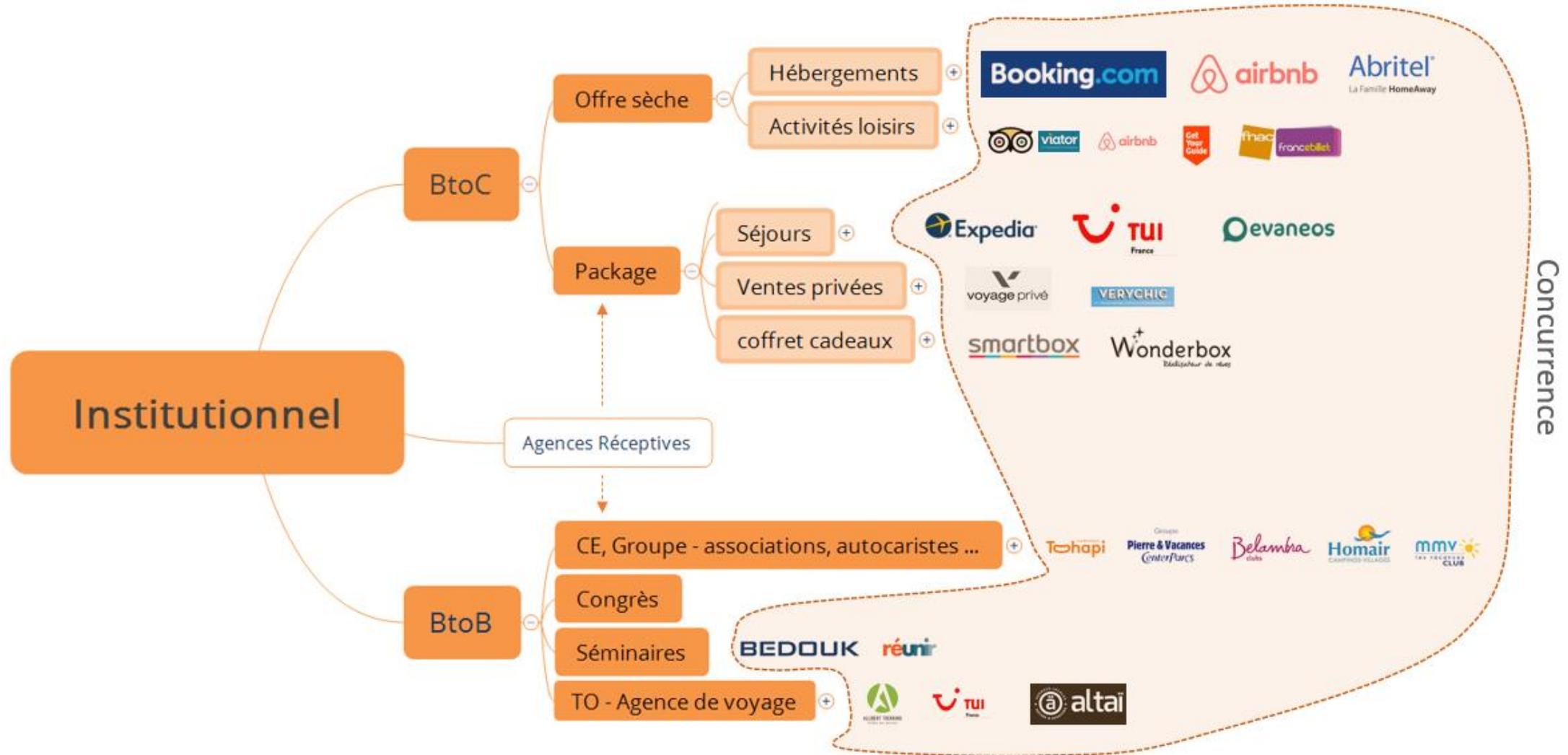
Télétravailler sous le soleil de Chypre ? Cette entreprise le propose à ses salariés

La banque en ligne néerlandaise Finom met à disposition de ses salariés trois appartements situés sur l'île de Chypre. Ils peuvent s'y rendre quand ils le souhaitent pour y télétravailler en compagnie de leurs proches.



Les orientations stratégiques possibles pour les OT en matière de commercialisation

Quelle(s) stratégie(s) possible(s) pour les OT ?



Différents modèles « théoriques » de commercialisation :



La plupart des destinations ont développé des modèles mixtes qui permettent de s'adapter aux spécificités des filières et aux réalités du marché de la distribution et les fournisseurs de technologies s'adaptent sans cesse pour faire converger ses modèles.



Différentes approches « produit » : Package, coffrets cadeaux, hébergement sec, activités, billetterie

Choix au niveau des cibles : BtoC, BtoB (Groupe, TO, autocaristes, CE), MICE

Différents supports de vente : intégration SIT, site de vente dédié, marques blanches/widget de partenaires affiliés, ...

Quelle(s) stratégie(s) possible(s) pour les OT ?

Le modèle « vendeur » (ou centrale de réservation / système de caisse)



VENDEUR



Maîtrise complète de la chaîne : « de la qualification de l'offre à la vente ».

Capacité à créer des assemblages de produits réservables en ligne.

Une certaine latitude sur les prix et les stocks, pour animer ses ventes et le cas échéant, nouer des partenariats (*Groupes, TO, distributeurs ...*)

Collecte des données clients et possibilités d'actions GRC à fortes valeurs ajoutées.

Capacité à développer des partenariats locaux (*agences immo, groupements ...*) pour démultiplier les points de ventes (physique et en ligne).

Concurrence frontale avec les OTA et potentiellement avec les agences réceptives.

Coûts fixes importants (masse salariale, conquête d'audience...).

Lourdeur de la gestion : interface avec les prestataires (*dispos, comptabilité ...*)
interface avec les clients (*facturation, réclamations, informations ...*) + Responsabilité de la vente (*Assurance, garantie financière et Immatriculation Atout France ...*)

Limites territoriales pas toujours compatibles avec la taille critique nécessaire au financement du fonctionnement de ce modèle.

Complexité d'accéder aux disponibilités temps réel de l'offre d'activité >> principe de la gestion des stocks via extranet // Peu ou pas de connectivité.

Dépendance technologique forte.

Quelle(s) stratégie(s) possible(s) pour les OT ?

Le modèle « organisateur » (ou place de marché)

allianceréseaux
CRÉATEUR DE LA PLACE DE MARCHÉ TOURISTIQUE

elloha

REGIONDO

GUIDAP



ORGANISATEUR



Démarche qui place l'institutionnel comme partenaire du développement commercial des prestataires (*l'institutionnel accompagne et professionnalise, les prestataires vendent*).

Permet l'équipement individuel en système de réservation en ligne dans un écosystème commercial de destination.

Facilite le développement des partenariats locaux (*OT, groupements ...*) pour démultiplier les points de ventes (physique et en ligne).

Pas de responsabilité engagée sur les ventes réalisées en ligne.

Coûts fixes importants (*moyens humains importants pour l'accompagnement individuel des prestataires dans leur digitalisation des ventes + coûts technologiques*).

Mise en œuvre assez lourde les premières années : *mobilisation, formation et assistance des prestataires indépendants sur les pratiques de vente en ligne, mise en œuvre des partenariats locaux, déploiement des marques blanches, etc.*

Pas de vraie solution de caisse native (excepté Guidap).

Solution(s) « métier » native(s) qui ne répond(ent) pas à tous les besoins fonctionnels des prestataires.

Prestataires déjà équipés de solutions de vente en ligne.
> problématiques de connectivités.

Quelle(s) stratégie(s) possible(s) pour les OT ?

Le modèle « agrégateur »

Booking.com

Alentour

ORCHESTRA
The Future Platform

alliance réseaux

elloha

feratel
window to the world

INGENIE

VISIT
technology

ANTIDOTS
Positive Technologies for All



AGREGATEUR



Permet de donner un accès global aux dispos en s'appuyant sur les démarches individuelles ou collectives de commercialisation des prestataires.

Prise en compte des spécificités par filière.

Coût de mise en œuvre et moyens humains nécessaires.

Source potentielle de rémunération (*si logique d'apporteurs d'affaires*).

Pas de responsabilité engagée sur les ventes réalisées.

Dépendance des partenaires sur lesquels l'agrégateur s'appuie (*exhaustivité, représentativité des différentes filières, modèles économiques des partenaires, etc..*)

Nécessite un certain dynamisme des prestataires en matière de commercialisation.

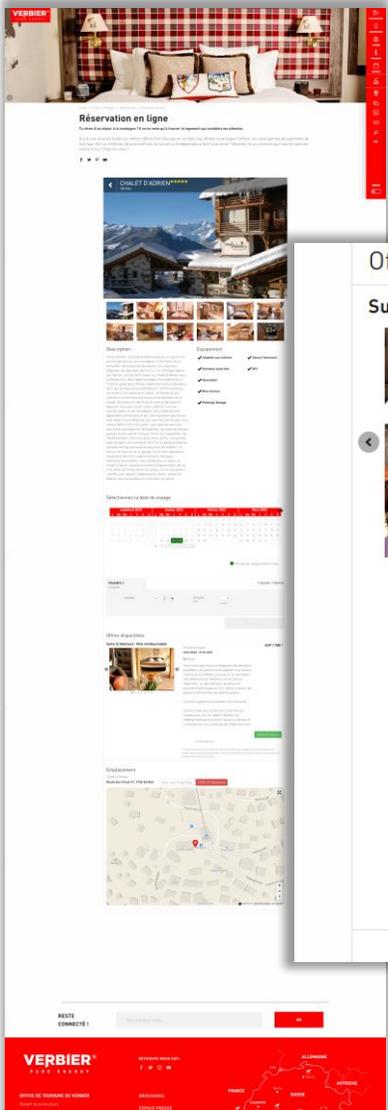
Pas de lien direct avec les prestataires.

Potentiel complexité technique et fiabilité des flux agrégés (web services – flux xml).

NB : Complexité renforcée lorsque la vente est on et off line (caisse - BIT)

Pas de qualification des contacts clients « résa ».

[Exemple]



Offres disponibles

Suite (2 Adultes) - Non remboursable

CHF 1700 *



Période de Voyage : **26.01.2023 - 27.01.2023**

2 Adultes

Ces suites spacieuses et élégantes de style alpin possèdent une pièce à vivre séparée et un balcon orienté au sud offrant une vue sur la montagne. Une télévision par satellite à écran plat est disponible. La salle de bains privée est pourvue d'une baignoire, d'un sèche-cheveux, de peignoirs et d'articles de toilette gratuits.

Certains logements possèdent une cheminée.

Veuillez noter que le tarif de la chambre est valable pour une occupation double. Cet hébergement peut accueillir jusqu'à 2 adultes et 2 enfants (voir les conditions de l'établissement).

[Détails & réserver](#)

via Booking.com

* Veuillez noter que le montant total de la réservation sera débité en cas d'annulation, de modification ou de non-présentation. Vous serez débité(e) d'un prépaiement correspondant au montant total de la réservation.



...

Vous êtes redirigé vers
Booking.com

Booking.com

EUR

Ajoutez votre établissement

Mathieu VADOT
Niveau 2 Genius

1 Votre sélection

2 Vos informations

3 Dernière étape

Les détails de votre réservation

Arrivée **jeu. 26 janv. 2023** à 12h00

Départ **ven. 27 janv. 2023** à 12h00

Chalet d'Adrien **Hôtel** ★★★★★

Route des Creux 91, 1936 Verbier, Suisse

Excellent emplacement — 9.4

9.1 Fabuleux · 38 commentaires

Parking Restaurant Animaux domestiques admis Navette aéroport Connexion Wi-Fi gratuite Piscine

Mathieu VADOT, veuillez vous identifier. Vous n'êtes pas Mathieu ?

Gagnez du temps ! Connectez-vous pour réserver avec vos informations précédemment enregistrées.

[Se connecter](#)

Saisissez vos coordonnées

Vous y êtes presque ! Complétez simplement les informations requises*.

Vous voyagez pour le travail ?

Oui Non

Prénom *

Nom *

Adresse e-mail *

Attention aux fautes de frappe

L'e-mail de confirmation sera envoyé à cette adresse

Confirmer l'adresse e-mail *

€ 1 703,63 *

CHF 1 708

Taux de change du jour : 1 CHF = 0.9974 EUR

[Voir les détails](#)

[Exemple]

SAVOIE MONT BLANC

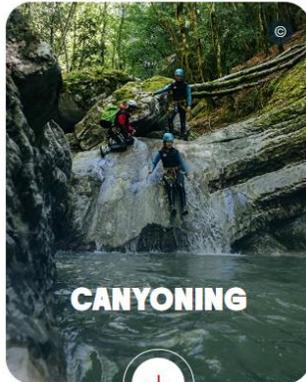
SAVOIE MONT BLANC EXPLORE

RESERVEZ VOTRE ACTIVITE EN LIGNE !

La diversité des paysages et des reliefs allié à la profusion des milieux préservés font de Savoie Mont Blanc un eldorado pour tous les sports de pleine nature, des plus engagés aux plus accessibles. Réservez parmi un large choix d'expériences outdoor en Savoie & Haute-Savoie et vivez une expérience inoubliable !



PARAPENTE



CANYONING



RAFTING



Canyon de Ternèze dans le Massif des Bauges, près de Chambéry
★★★★★ [8 avis](#) (Source : Manawa)

Venez découvrir le canyoning dans l'Aqualand des Alpes, à quelques kilomètres seulement de Chambéry.

Le canyon de Ternèze est un canyon très facile et très court constitué d'une succession de sauts et de fois que vous le souhaitez, un véritable parcours d'Aqualand ! Ses toboggans impressionnants vont de 1 à 9 mètres et qui restent tous contournables. Le canyon de Ternèze est parfaitement adapté aux enfants.

Voir plus

Information importante
Durée : 4 heures

Coordonnées
D2011, 73800 Montmélan, France

À partir de 50 € par personne **Vérifiez la disponibilité**

Besoin d'aide ? Contactez notre support au 01 84 80 14 30 ou par email.

Conditions d'Utilisation | Politique de confidentialité



Canyon de Ternèze dans le Massif des Bauges, près de Chambéry
Chambéry, France
★★★★★ [8 avis](#)

OFFRES

Canyon de Ternèze 50 €/personne **Réserver**

DÉROULEMENT
- Marche
- Descente
- Plusieur
- Marche

Canyon de Ternèze dans le Massif des Bauges, près de Chambéry
POLITIQUE D'ANNULATION: flexible

PRE-REQUIS
Il est indiqué

A PRÉVOIR OFF

2 juin 2023 | 1 heure | Participants

Matin 09:00 | Après-midi 13:00



3 Paiement

En procédant au paiement, je reconnais accepter les Conditions Générales d'Utilisation.

Choisissez votre moyen de paiement :

Credit Card

Numéro de la carte
1234 5678 9012 3456

Date d'expiration MM/AA CVC / CVV 3 chiffres

Nom sur la carte
J. Smith

Payer

1 Informations de facturation

Prénom * Nom de famille *

Adresse email * Numéro de mobile *

SUIVANT

Ma commande

Canyon de Ternèze dans le Massif des Bauges... 10/06/2023 à 19:00
Participants x1 50,00 €

TOTAL 50,00 €

Quelle(s) stratégie(s) possible(s) pour les OT ?

Les modèles « accompagnateur » et « promoteur »

ACOMPAGNATEUR

« C'est le travail de **sensibilisation**, d'**accompagnement**, de **conseil**, de **formation**, de **suivi** auprès **des prestataires touristiques** pour les **accompagner** dans **leur développement commercial** et le cas échéant **leur transition digitale** ».

PROMOTEUR

(= bouton réserver)

« C'est le lien vers les dispositifs de ventes existants dans la présentation de l'offre (*contenus éditoriaux et SIT*)».

Débat sur les problématiques clés en matière de commercialisation

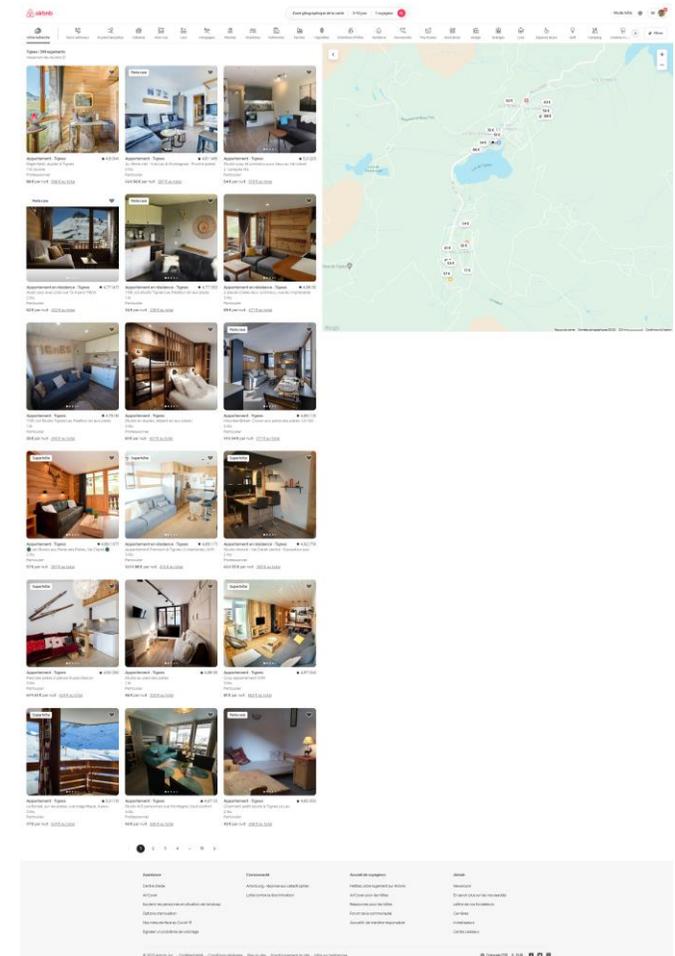
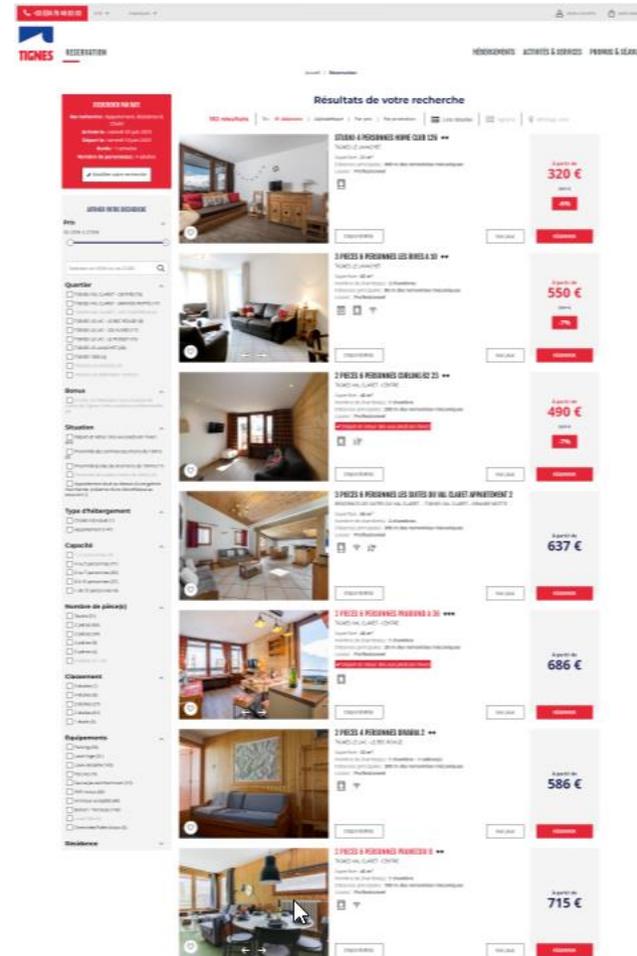
Comment vendre l'offre d'hébergement sur les sites de destination ?

Faut-il continuer à vendre l'offre en Centrale de Réservation ou en Place de Marché (connecteurs inclus), de la même façon que les OTA ?

Quelle valeur ajoutée, quelles singularités pour les sites de destination face aux OTA lorsque l'offre est présentée et commercialisée ainsi ?

Le moteur de recherche par date avec des critères de filtrage est-il la seule manière de procéder ?

L'accès aux disponibilités temps réel de l'offre impose un nombre conséquent de connectivités avec des systèmes tiers de réservation, et donc des problématiques et des coûts technologiques importants...



Comment vendre l'offre d'hébergement sur les sites de destination ?

Faut-il continuer à vendre l'offre en Centrale de Réservation ou en Place de Marché (connecteurs inclus), de la même façon que les OTA ?

Focus sur les connectivités entrantes des principales solutions de centrales de réservation et places de marché :

	Ferratel (153 CM et PMS inefacés)	Ingénie (35 CM et PMS Interfacés)	Koedia (20 CM et PMS Interfacés)	Orchestra (20 CM et PMS Interfacés)	Alliance Réseaux (40 CM et PMS interfacés)	Eloha (40 CM et PMS interfacés)
D-EDGE (availPro - Fastbooking)	oui	oui	oui	oui	oui	oui
RESERV'IT	oui	oui	oui	oui	oui	non
CUBILIS	oui	non	oui	oui	oui	oui
ROOMCLOUD	oui	non	oui	oui	oui	non
MISTERBOOKING	non	non	non	non	oui	oui
SITEMINDER	oui	non	oui	non	non	non
SYNXIS	non	non	oui	oui	non	non
TRAVELCLICK	oui	non	oui	oui	non	non
VERTICAL BOOKING	oui	non	oui	non	non	non
NOVARESA	non	non	non	non	oui	oui
OCTORATE	oui	non	non	non	oui	non
AMENITIZ	non	non	non	non	oui	non
EVIIVO	oui	non	non	non	oui	non
ELLOHA	non	oui	non	non	non	oui
BEDS24	oui	non	non	non	non	non
ARKIANE	oui	oui	oui	oui	oui	non
HELIOS (SPI LS)	oui	oui	non	oui	oui	non
Iresa (ODALYS)	oui	oui	non	oui	non	non
RESALYS (Softbooking)	oui	oui	non	oui	oui	non
AVANTIO	non	oui	non	non	non	non
ITEA	non	oui	non	non	oui	oui
CTOUTVERT	non	oui	non	oui	oui	oui
E-SEASON (Sequoiasoft)	non	non	non	non	oui	oui

Comment vendre l'offre d'hébergement sur les sites de destination ?

Faut-il continuer à vendre l'offre en Centrale de Réservation ou en Place de Marché (connecteurs inclus), de la même façon que les OTA ?

Au regard de l'intention d'achat des visiteurs sur les sites de destination, est-il réellement possible de concurrencer les OTA sur leur propre terrain (= vente ligne dans une approche catalogue avec moteur de recherche par dates + critérisation) ?

Taux de conversion moyen sur les sites web des opérateurs privés - hébergements étudiés :

1,8 %



VS

Taux de conversion moyen sur les sites web des opérateurs DMO étudiés :

0,27 %



VS
OTA :
3 à 4 %

*[Données issues de la cartographie des opérateurs qui commercialisent en Occitanie – AMO CRT Occitanie]

Comment vendre l'offre d'hébergement sur les sites de destination ?

L'éditorialisation de liste de recommandation d'offres est-elle une solution alternative ?

[Exemple]

HÉBERGEMENTS

The screenshot shows the homepage of the 'Gîtes et Locations de Vacances' website. At the top, there are four categories: 'TOUS LES HÉBERGEMENTS', 'HÔTELS', 'CHAMBRES D'HÔTES', and 'LE CAMPING NATURELLEMENT !'. Below this is a navigation bar with 'SITE OFFICIEL DE L'OFFICE DE TOURISME', 'DESTINATION', 'IMMERSION NATURE', 'MES SORTIES', and 'MON SÉJOUR'. The main heading is 'GÎTES ET LOCATIONS DE VACANCES : COMME À LA MAISON !'. A search bar is visible with fields for dates (15/03/2023 - 16/03/2023), number of people, and search button. Below the search bar, there are several accommodation cards with photos, ratings, and prices. A map on the right shows 160 results with location pins.

The screenshot shows the booking process on the website. It features a calendar for March 2023 with a date range from Saturday, March 18th to Sunday, March 19th. The price for 1 week is 395.00 €. The reservation button is labeled 'RÉSERVER'. The page also shows a 'RÉSERVATION' section with a shopping cart icon and a 'VOUS AIMEREZ AUSSI' section with a recommendation card for 'LES AIRS DE LA CARLINE'.

Taux de conversion
2022 : **0,03 %**
(102 contrats/260 000 visiteurs)

VS

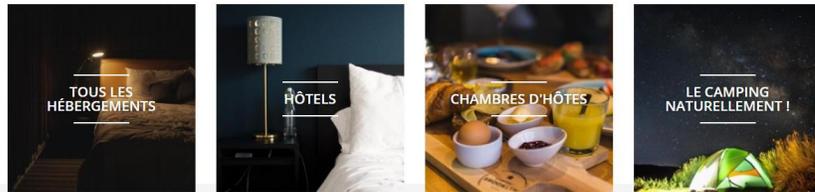
Comment vendre l'offre d'hébergement sur les sites de destination ?



L'éditorialisation de liste de recommandation d'offres sans moteur de recherche par dates est-elle une solution ?

[Exemple]

HÉBERGEMENTS



Rechercher votre gîte en fonction de vos dates de séjour

15/03/2023 - 16/03/2023 Nombre de personnes

Page « liste » (édito + SIT + carto) > Top 10 des Gîtes à la campagne pour télétravailler au vert dans les Cévennes.
(sélection faite par l'OT avec l'appui de Lozère résa et de GdF + travail collaboratif sur l'édito introductif de la liste).

[Page « liste » (édito + SIT + carto) > Top 10 des Gîtes avec jacuzzi pour un séjour LOVE avec son +1.
(sélection faite par l'OT sur des critères tangibles).

Page « liste » (édito + SIT + carto) > Top 10 des Gîtes éco-responsable dans les Cévennes pour un séjour nature, éco-responsable.
(sélection faite par l'OT sur des critères tangibles).

NB : ce contenu éditorial se référence bien mieux sur des requêtes « fines » et est une mine d'or pour l'animation des réseaux sociaux, des newsletters et des RP (médias/presse).

Comment vendre l'offre d'hébergement sur les sites de destination ?

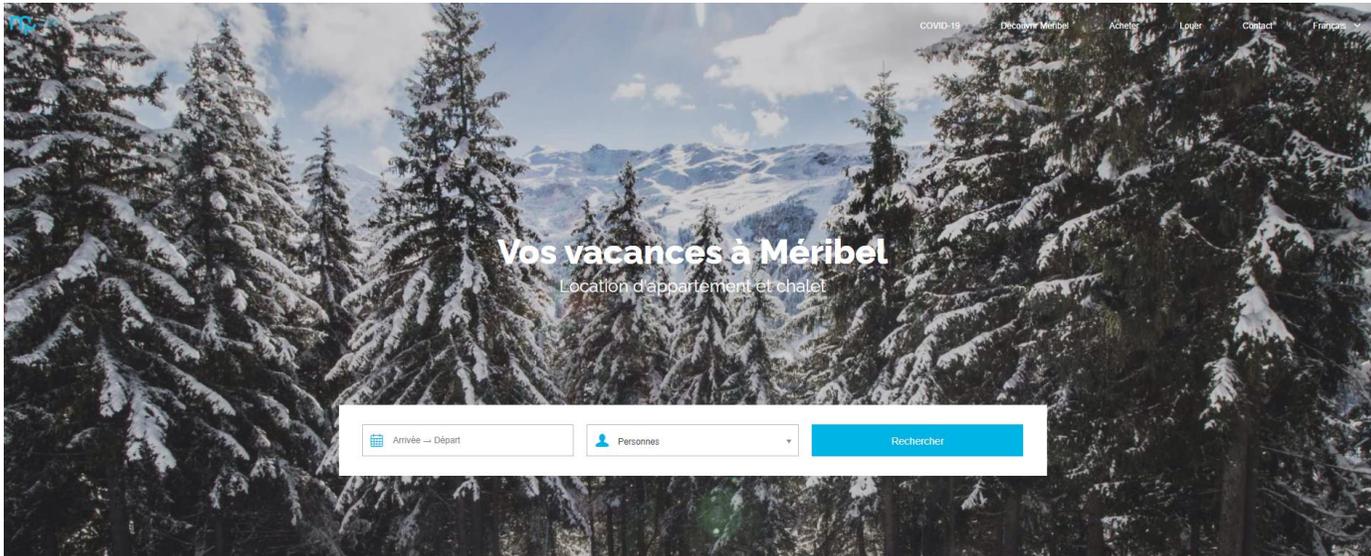
Faut-il faire évoluer les métiers des centrales de réservation vers des métiers de « property manger » ?

Faut-il distribuer l'offre des centrales de réservation sur les OTA ?

	Ferratel	Ingénie	Koedia	Orchestra	BookingSync	Alliance Réseaux	Elloha
AIRBNB	oui	Via popconnect	non	non	oui	via CM Eviivo	oui
BOOKING	oui	Via popconnect	oui	non	oui	via CM Eviivo	oui
VRBO - ABRITEL	oui	Via popconnect	non	non	oui	via CM Eviivo	Ical
EXPEDIA	non	non	oui	non	oui	via CM Eviivo	oui
INTERHOME	oui	oui	non	oui	non	non	non
CASAMUNDO	oui	oui	non	oui	non	non	non
TRAVEL FACTORY	non	oui	non	oui	non	non	non
LOCASUN	non	oui	non	oui	oui	non	non
TUI	non	non	non	oui	non	non	non
PROMOVACANCES	non	non	non	oui	non	non	non
WEEKENDESK	non	non	non	oui	non	non	non

Comment gérer les besoins de services de « conciergerie » des propriétaires en centrale ? Jusqu'où allez ?

[Exemple non mis à jour] Méribel Conciergerie// Méribel Privé



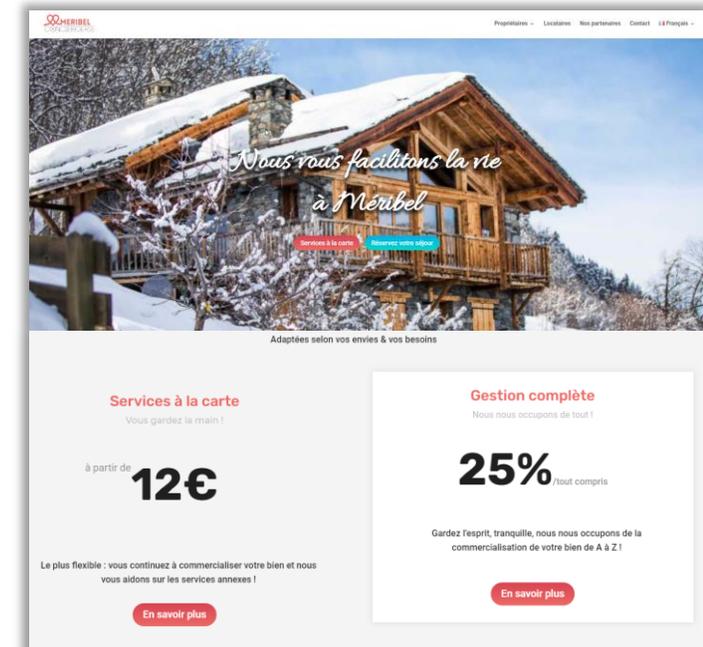
Filiale de Méribel Alpina (RM de Méribel filiale de la CDC). Méribel Conciergerie été créé en 2017 avec un gros coup de pouce de la CDC (Compagnie des Alpes).

L'objectif de la structure est de remettre en marché les lits froids de la station avec un modèle répondant aux attentes des propriétaires et aux pratiques de consommation coté client (= travailler avec les OTA) pour augmenter les taux d'occupation de la station et in fine vendre d'avantage de forfaits.

La structure vise juste l'équilibre financier. Elle assure également la vente additionnelle des forfaits de ski sur toutes les ventes d'hébergement qu'elle réalise.



Modèle Vendeur /Property Manager
(Hébergements locatifs diffus)
avec BookingSync



[Exemple non mis à jour] Méribel Conciergerie// Méribel Privé



Modèle de développement :

Vendeur pour la gestion complète
(mandat d'administration de bien – idem agence immo).

Solutions technologiques :

Booking Sync (système de résa + CMS) + application WishBox
+ outil de suivi commercial (NO CRM).

RH mobilisées :

10 à 12 personnes en hiver (4 pers en ménage, blanchisserie + 2 managers) + 1 personne relation client + 3 ETP hors saisons + sous-traitances en plus .

Modèle Économique :

- ✓ Valide une grille de prix avec chaque propriétaire et négocie des variations de prix sur des périodes et des durées de séjours.
- ✓ 25 % TTC de commission sur les ventes hors ménages (les ménages sont facturés), mais prend à la charge les commissions OTA.

Points clés :

- ✓ Assure la bonne gestion des prix, développe du court-séjour.
- ✓ Palliatif de certains de bien qui était en gestion compétè avec TO Anglais (8 – 14 pax) pour limiter la casse.
- ✓ Boîte à clés + utilisation de Wishbox (formulaire de pré-check-in – pré-check-out).
- ✓ Permet de remettre en marché des lits froids.
- ✓ Les moyens humains sont considérés comme un facteurs clés de réussite et il y a 3 personnes qui répondent aux questions des clients (airbnb) et font la vente additionnelle (forfait de ski essentiellement).
- ✓ Pas de sélection des biens (sauf si le relationnel est mauvais avec le proprio). L'objectif est de remettre en marché les lits froids. Assure l'accompagnement des propriétaires sur la fiscalité et l'aménagement du bien (travaux, déco).

Premiers résultats sur saison hiver 2019/2020 :

- ✓ + 1 000 000 € de CA dont **45 % via Airbnb**, 25 % en direct, 15 % via HomeAway, 14% via Booking, 1% Trip.
- ✓ 100 biens en mandat de gestion et juste 10 % des biens en prestations de services pur.
- ✓ Méribel-privé : 1 300 visiteurs mensuels en septembre 2020 // (prochain challenge sur le SEO et l'optimisation du site pour doper les ventes en direct).

Comment vendre l'offre d'activité de sa destination ?

Les destinations ont une position favorable pour commercialiser l'offre d'activité de leur territoire (échelle OTI en particulier).

2/3 des voyageurs réservent leurs activités de loisirs une fois arrivés dans leur destination.

Les OT sont légitimes sur la question du « Quoi faire sur place ? ».

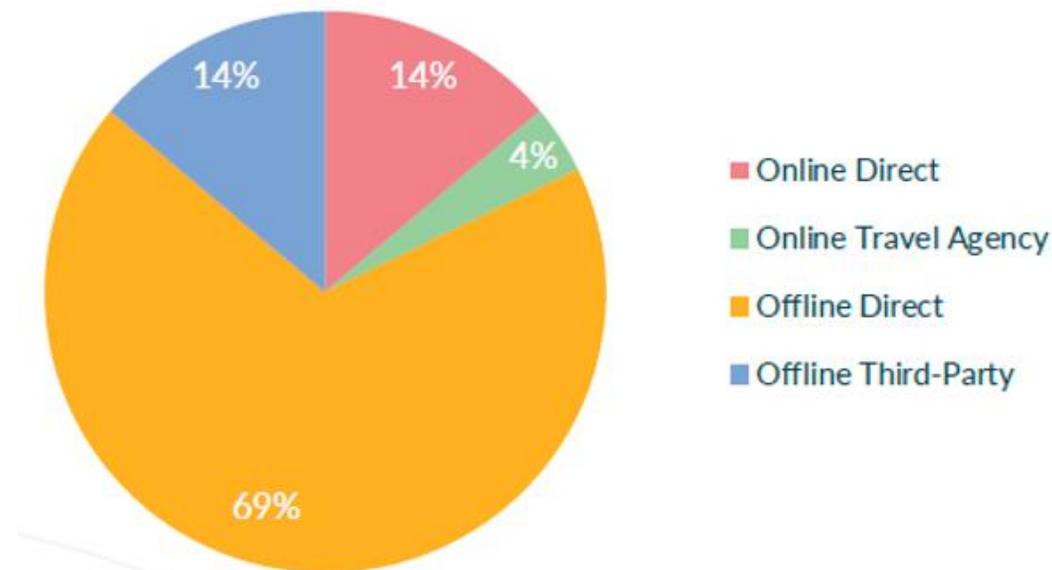
Les BIT des OT sont des points ventes physiques potentiellement très efficaces.

14 % de taux de transformation sur la vente comptoir OT !

(source : [Tourism Research Australia](#) concernant les BIT de Nouvelle-Galles du Sud).

Les hébergeurs sont une des premières sources de recommandations/conseil concernant les activités et les OT sont les mieux placés pour fédérer les hébergeurs et les équiper dans ce rôle de « prescripteur-revendeur local des activités ».

NB : être équipé par sa destination en contenu sur le « Quoi faire sur place » est une demande des gros opérateurs d'hébergements.





Problématiques et zones de valeurs ajoutées concernant la commercialisation des activités :

Enjeux/Problématiques en BtoB

Capacité à adresser le marché groupe, TO, MICE ... d'une part et à fédérer l'offre d'autre part.

Démarche forcément non exhaustive au niveau de l'offre concernée.

Offre hétérogène, dépendante des capacités d'hébergement à proximité.

Synergies très intéressantes avec les hébergeurs dans une optique de désaisonnalisation.

Réservations non-digitalisées et souvent très anticipées (avantage).

Enjeux/Problématiques en BtoC

Légitime sur la question du « Quoi faire sur place » vis-à-vis des voyageurs en séjours et des hébergeurs prescripteurs.

Faible concurrence des OTA

Fenêtres de réservation courtes.

Synergies très intéressantes avec les hébergeurs pour la prescription-vente auprès des voyageurs en séjour.

Part importante de prestataires encore non-digitalisés au niveau de leurs ventes.

Besoins fonctionnels multiples et divers des prestataires d'activités qui impliquent qu'une seule solution de vente en ligne ne peut répondre à tous les besoins.

Peu ou pas de connectivité entre les différentes solutions de vente « métier » du marché et les solutions de caisse OT.

Zones de valeurs ajoutées pour les destinations ?

Commercialisation BtoC et BtoB.

Commercialisation on et off line d'offres maîtrisées, voir exclusives par l'OT.

Revente de l'offre des prestataires sur de la disponibilité temps réel on et off line.

>> *Enjeu connectivité/caisse.*

>> *de l'éditorialisation.*

Organisation d'un réseau de vente locale on line et off line.

Production de contenus sur le « Quoi faire sur place » intégrant la réservation des activités.

>> *Enjeu de communication locale associée à une rubrique de séjour.*

Débat sur les problématiques clés en matière de commercialisation

D'autres sujets à débattre ?

Comment vendre toute l'offre sur les sites de destination ?

Faut-il utiliser la composante « Transport » pour vendre les hébergements et les activités ?

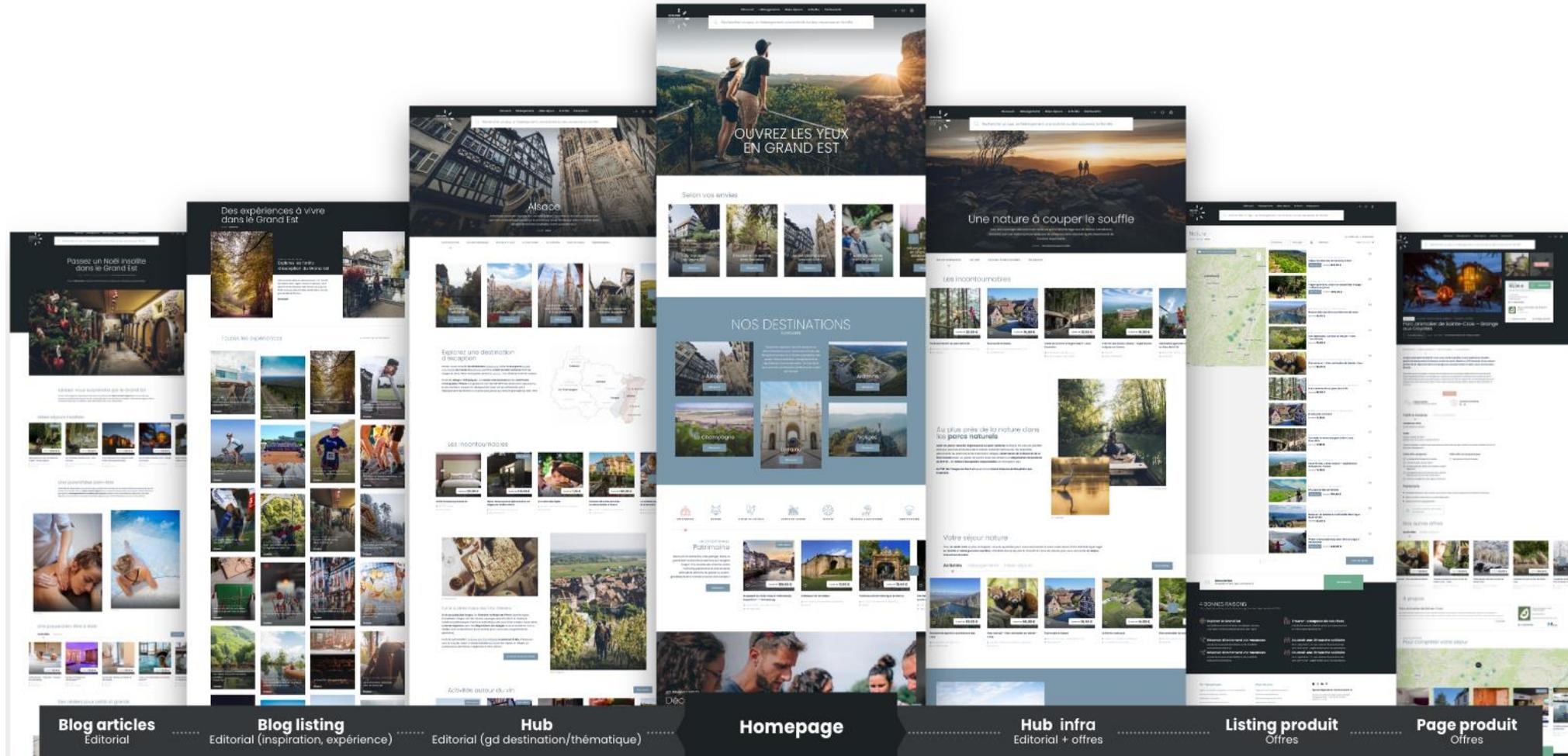
The image displays three overlapping screenshots of the Médoc Atlantique website, illustrating different stages of a user's journey:

- Top Left Screenshot:** Shows the homepage with a large image of a woman on a beach. The text reads "L'EDEN AQUITAIN" and "DÉCOUVREZ NOTRE DESTINATION". A navigation bar includes "RÉSERVER", a search icon, and a language selector set to "FR".
- Middle Screenshot:** Shows a section titled "VOS PROCHAINES VACANCES À MÉDOC ATLANTIQUE !". It encourages users to "Organiser l'ensemble de votre séjour : de votre hébergement à vos activités, en passant par votre transport ou encore vos souvenirs de vacances." Below this are three icons: "TRANSPORTS" (train), "HÉBERGEMENTS" (bed), and "ACTIVITÉS" (sailboat). A "NOS COUPS DE COEUR" section is also visible.
- Right Screenshot:** Shows a flight booking interface. It includes a search bar with "Grenoble, France" and "Lacanau, France", and dates "11/06/2022" and "18/06/2022". Below the search bar, it displays "Choix de l'itinéraire aller" with two options: one with a carbon footprint of 24 kg Co2 and a duration of 8h 43 min, and another with a carbon footprint of 24 kg Co2 and a duration of 7h 58 min.
- Bottom Right Screenshot:** Shows a car rental interface. It includes a search bar with "Bordeaux-Gare Saint-Jean" and dates "12/06/2023 14:24" and "18/06/2023 09:00". Below the search bar, it displays two car options: "PEUGEOT 208 Electric" with a price of 398 € and another "PEUGEOT 208 Electric" with a price of 74 €. A map of the region is also visible.



Comment vendre toute l'offre sur les sites de destination ?

Faut-il concentrer ses efforts sur l'apport de trafic qualifié et l'accompagnement, la professionnalisation des sociopros, plutôt que sur le déploiement d'une place de marché ou d'une centrale de réservation ?



[Exemple] Explore Grand Est

Catalogue de l'offre / Typologies & Filières

En date du 31/12/2022

780
prestataires

1990
offres publiées

Par filière prioritaire

- > Nature, itinérance & outdoor : **554 offres**
- > Oenotourisme & gastronomie : **497 offres**
- > Mémoire, culture & patrimoine : **319 offres**
- > Thermalisme & Bien-être : **153 offres**
- > Savoir-faire : **103 offres**

Par typologie

1009
Activités

524
Hébergements

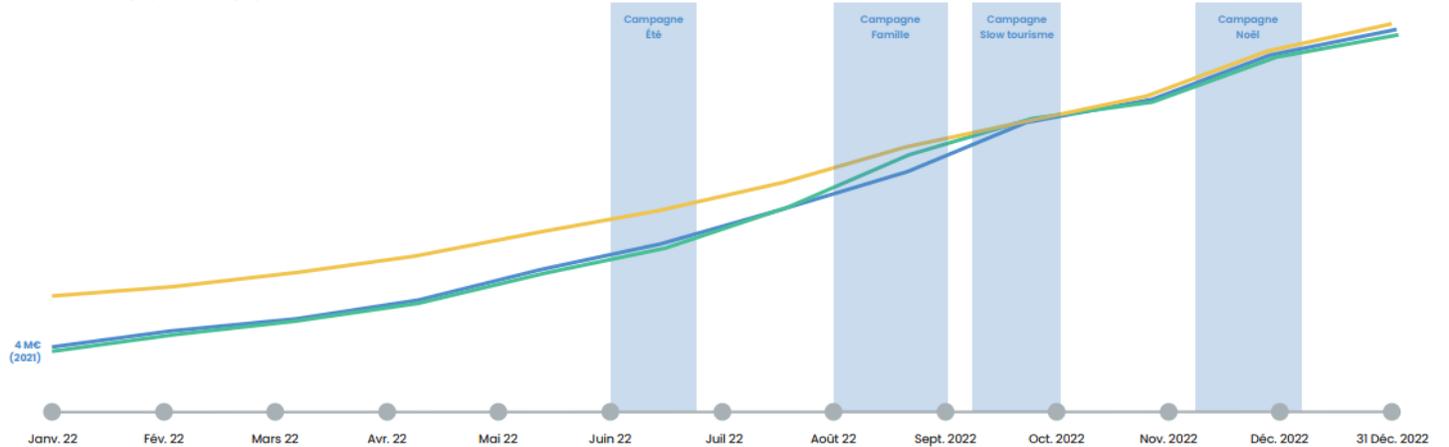
365
Idées séjours

92
Restaurants

PLATEFORME EXPLORE GRAND EST

KPIs Business 2022

Période du 01/01/2022 au 31/12/2022



Intentions d'achat
22 700 000 €

Réserver
125 820 intentionnistes

% Tx de conversion
16,30 %

Pages vues
4 300 000

Les intentions d'achats sont calculées en multipliant le nombre de clics sur le CTA « Réserver » d'une fiche produit par le prix « à partir de ».

PLATEFORME EXPLORE GRAND EST

Débat sur les problématiques clés en matière de commercialisation

D'autres sujets à débattre ?