

Place et rôle des acteurs institutionnels dans la distribution des produits et sites touristiques



Chambéry - 20 octobre 2017



Mathieu VADOT

Consultant Indépendant

www.marketing-tourisme.net

www.id-rezo.com

MARKETING
&
TOURISME



vadot@marketing-tourisme.net



<http://www.facebook.com/Marketing.Tourisme>



<http://twitter.com/MathieuVadot>

[Membre fondateur du groupement]

id-rezo

l'expertise e-tourisme



- ✓ Expert en e-tourisme
- ✓ Stratégie marketing
- ✓ Médias Sociaux
- ✓ Commercialisation

DES EXPERTS ETOURISME QUI SE MOUILLENT POUR VOUS !



id-rezo

l'expertise e-tourisme



Un réseau d'experts e-tourisme pour développer vos compétences.



Initiation &
fondamentaux du
e-tourisme



Stratégie,
organisation &
management



Site web, visibilité
& référencement



Commercialisation
& gestion de la
relation client



Mobilité,
m-tourisme &
geomarketing



Web 2.0, Facebook
& e-reputation

Etat des lieux et prospective concernant la distribution du tourisme

8 out of 10



80 % des européens préparent leurs vacances sur le web.



70 % des européens réservent tout ou partie de leurs séjours en ligne...



Evolution...

Quelles prévisions de croissance en 2018 ? 

+9%

de réservations
en ligne en Europe

+6%

de requêtes voyage sur
Google.fr

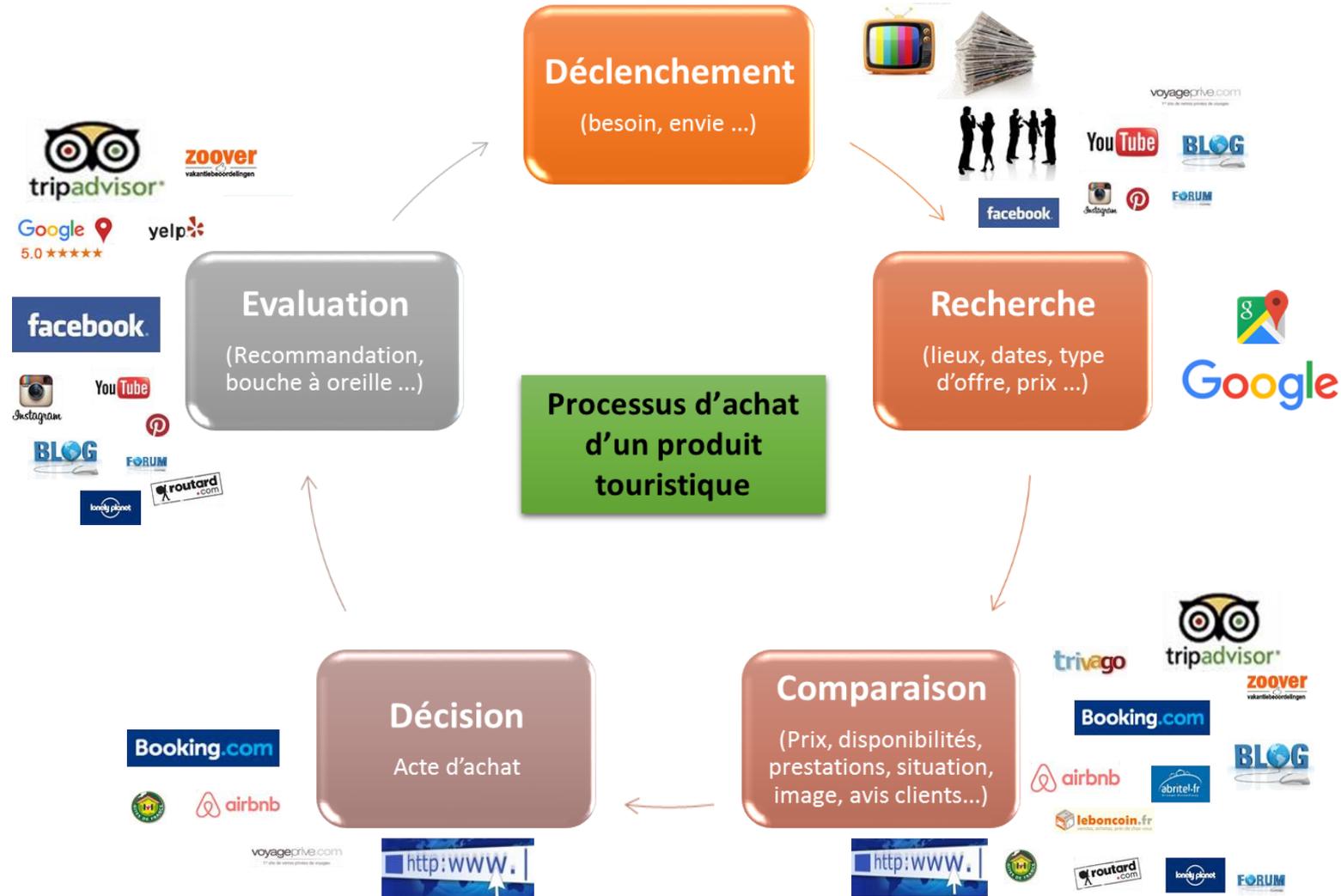
+18%

de requêtes voyage
faites sur smartphone

+3% total marché
Europe

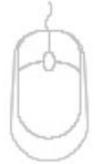
Source : [Phocusright French Online Travel Overview Twelfth Edition + Google data](#)

Le web impacte toutes les phases du processus d'achat d'un produit touristique ...



[en aparté]

Le parcours voyage est caractéristique par sa longueur et le nombre de points de contact qui le composent



	Durée moyenne du parcours (desktop)	Nombre de visites sur sites (desktop)	Nombre de sites visités (desktop)	Temps moyen passé en ligne avant achat (desktop)
	54	17	8.5	2:12
	66	19	9.8	1:48

Source : Nielsen MediaMetrie France Janvier-juin 2017. Clickstream / average activity numbers for travel journey (all travel) up to purchase



Etat des lieux...

Près de 50 % des ventes en ligne dans le tourisme passent par quelques intermédiaires*

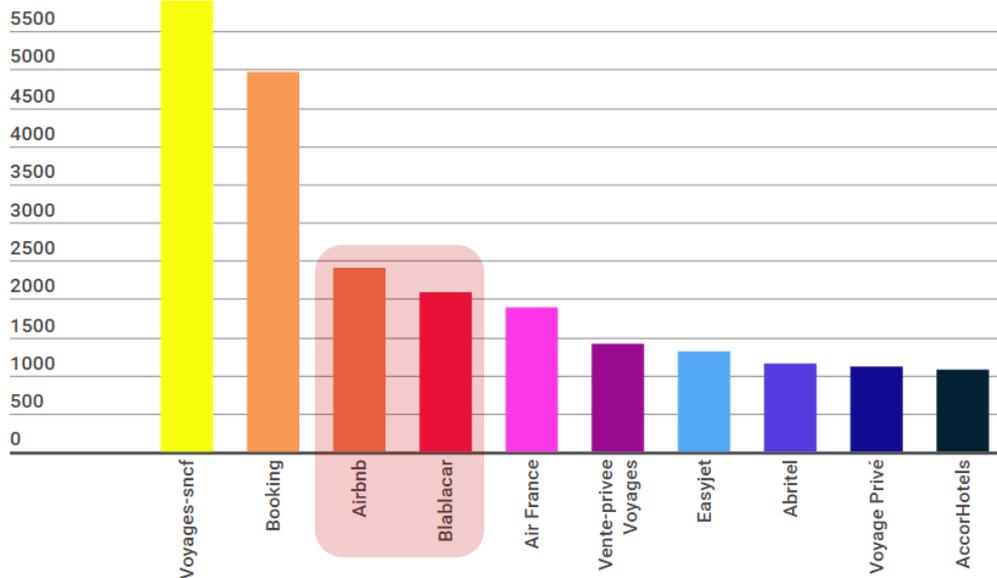


(*Source : [Phocuswright](#))

Etat des lieux...

L'économie collaborative n'est pas un mouvement à la marge !

Le top 10 des sites marchands de tourisme (au 3ième Trimestre 2016)



24%

of travel bookers have visited **Blablacar** site before visiting a **ground transportation** site (bus or car hire), 15% before a **rail site**

25%

of travel bookers have visited **Airbnb** site before visiting a **hotel site**



TrocMaison.com



Home for Exchange



echangeursamaison.com



◆ CONSOMMATION COLLABORATIVE

La consommation collaborative a connu un véritable essor au cours de ces deux dernières années. Plus d'un internaute sur deux déclare souhaiter y recourir en 2016.



39%

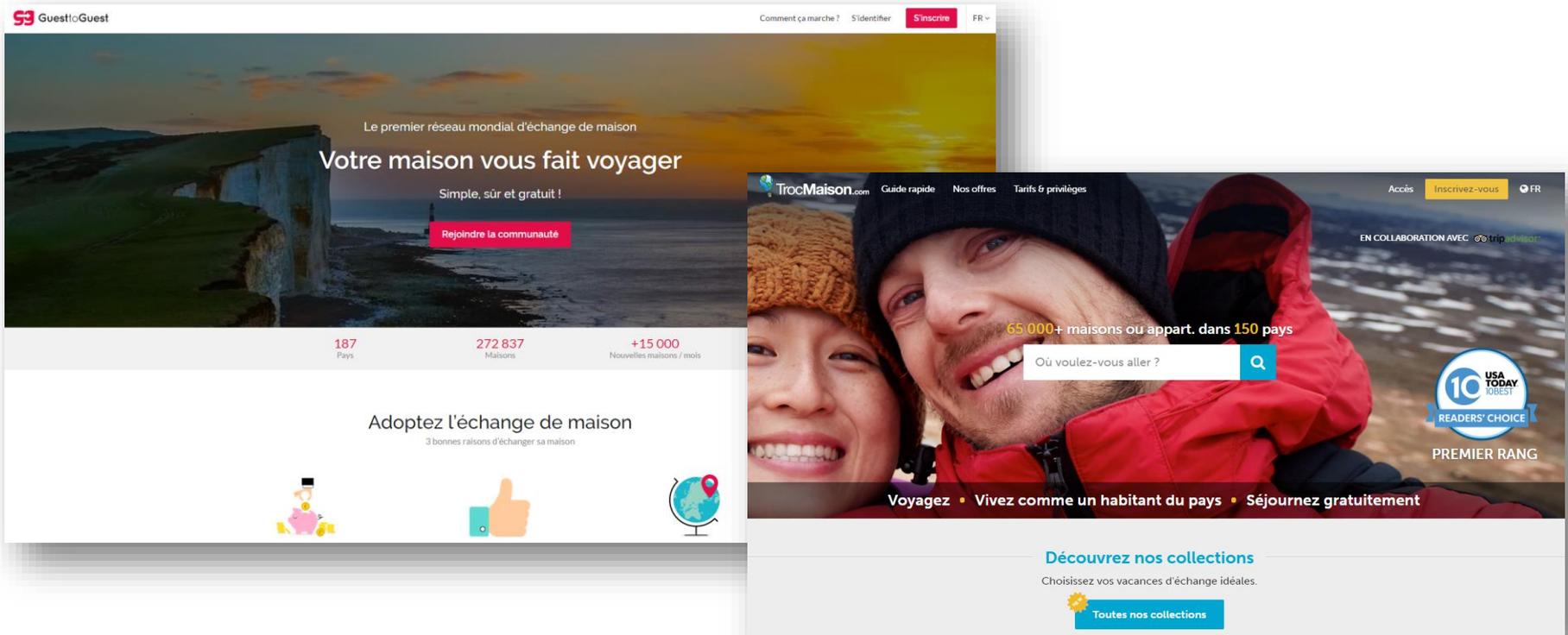
des acheteurs ont eu recours aux sites collaboratifs en 2015

62%

projettent d'y recourir en 2016

[en aparté]

L'échange de maison impacte également de plus en plus les filières professionnelles de l'hébergement : l'HPA, les résidences, VV et bien sûr les locations de vacances ...



- Le nombre d'échanges sur Homme Exchange (Troc Maison) a augmenté de 430% entre 2006 et 2013.
- Il y aurait eu 75 000 échanges de maison en 2012 en France ([source](#))
- Le nombre d'échanges de maison à Paris en 2016 a été multiplié par 2,5* par rapport à 2015 (Source : [Guest to Guest](#))

Evolution...

La conception de l'hébergement touristique est en mutation...

The screenshot shows a user interface for a hotel booking. At the top, there is a search bar with the text "Où allez-vous ?" and navigation links for "Hôte", "Messages", "Aide", and a user profile "Mathieu". The main content is a large photograph of a hotel room with a double bed, a desk, and a window. Below the photo, the hotel name "Hôtel ibis Bulle - La Gruyère" is displayed, along with its location "Bulle, Canton de Fribourg, Suisse". A price tag shows "105€ Par Nuit". There are input fields for "Arrivée" (jj/mm/aaaa), "Départ" (jj/mm/aaaa), and "Voyageurs" (1). A red button labeled "Envoyer une demande" is at the bottom right. The user's name "Sophie" is visible in the bottom left corner of the interface.

Evolution...

Les OTA offrent des solutions d'hébergement (point)....

- Réception 24h/24**
- Réception ouverte 24h/24, 7j/7 115
- Accès à la plage**
- Plage 4
- Type d'établissement**
- Appartements 1964
- Hôtels 342
- Chalets 223
- B&B / Chambres d'hôtes 87
- Maisons de vacances / Gîtes 76
- Maisons d'hôtes 30
- Villages vacances 20
- Complexes hôteliers 14
- Séjours chez l'habitant 4
- Gîtes 4
- Villas 2
- Lodges 2
- Auberges de jeunesse 1
- Séjours à la campagne 1
- Séjours à la ferme 1
- Pour passer un bon moment**
- Sauna 461
- Ski 1717
- massage 279

Vous êtes en voyage d'affaires ?

Business Travel Ready
Voir des logements avec des équipements pour les voyages d'affaires comme le Wi-Fi et l'entrée dans les lieux 24 h / 24.

1 2 >

1 - 18 sur

Booking.com € Partagez et gagnez de l'argent **Mathieu VADOT**
Voyageur régulier .genius.

Marketing&Tourisme > [Rechercher](#) [Réservations](#) [Rapports](#) [Personnes](#) [Plus](#)

Accueil > France > Résultats de votre recherche
90 211 établissements

Rechercher

Destination / Nom de l'établissement :

Voyage pour : la société Marketing&Tourisme
[Connectez-vous à votre compte personnel](#)

Du

Au

Chambres

Adultes

Savoie : 2 771 établissements trouvés Sur la carte

Sélection pour les voyageurs d'affaires

Résidence Club mmv Le Cœur des Loges **** Bien 7,7
191 expériences vécues

[Les Menuires - Indiquer sur la carte](#)

Dotée d'une piscine intérieure chauffée, la Résidence Club MMV Le Cœur des Loges se situe à Les Menuires, à 120 mètres des remontées mécaniques du Roc des 3 Marches 1.
Dernière réservation : il y a 3 minutes

5.0

... et effacent progressivement les différences entre les filières.

[En aparté]



Fin 2015 Expédia rachète HomeAway
pour 4 milliards de dollars...

Un rachat fait pour contrecarrer la
progression fulgurante d'Airbnb ...

Comment réserver la location de vacances idéale



Recherchez

Choisissez votre destination et les dates de votre séjour puis recherchez votre location parmi plus d'un million d'annonces dans le monde. Nous vous recommandons d'envoyer plusieurs demandes de renseignements et de consulter les annonces proposant la Réservation en ligne.

Réservez

Après avoir trouvé la location de vacances idéale, contactez le propriétaire ou le gestionnaire de l'annonce. Une fois les dates et le montant du séjour validés, utilisez le Paiement en ligne Abritel-HomeAway pour réserver et régler en toute sécurité.

Voyagez

Vous voilà prêt à séjourner en location de vacances ! Profitez de plus d'espace, de confort, d'intimité et partagez des moments inoubliables.

Donnez votre avis

[En aparté]



Accorhotels qui est devenu une OTA en 2015, poursuit sa mutation en investissant dans l'économie de partage « haute gamme » :

- ✓ En prenant 30 % du capital de [Oasis Collections](#).
- ✓ En rachetant [Onefinestay](#) pour 148 millions d'euros.
- ✓ En prenant 49 % du capital de [Square Break](#)

Ces 3 sociétés commercialisent à la nuitée des **locations haut de gamme de particulier avec du service hôtelier associé.**

L'offre d'appartements issue de OneFineStay, Oasis Collection et Square Break sera très prochainement distribuée sur Accorhotels.com ([plus d'info](#))

Evolution...

Les hébergements qui fonctionneront le mieux seront ceux qui placent l'expérience, l'échange et le partage au centre de leur proposition de valeur...



L'open House : le meilleur de la location privée, de l'auberge de jeunesse et de l'hôtellerie

OKKO
HOTELS



Le meilleur rapport qualité prix du 4 étoiles.
« 4 étoiles et aucun nuage ».



Mama Shelter (l'abri de maman) : Un lieu de vie avec des chambres au-dessus

Evolution...

Et cette tendance ne va pas s'arrêter ...



	BABY BOOMERS	GENERATION X	GENERATION Y	GENERATION Z
Naissance	1945-1960	1960-1980	1980-1999	Après 1999
Environnement vécu	Guerre froide, conquête spatiale	Mur de Berlin, SIDA	11 septembre, Guerre en Irak	Printemps arabes, réchauffement climatique
Aspirations & Symboles	Propriété Télévision	Sécurité emploi Ordinateur	Liberté, flexibilité Smartphone	Sécurité, stabilité VR, 3D
Technologies numériques	Early adopter	Migrants numériques	Digital native	Totalement dépendants
Média de communication	Téléphone	Email + SMS	SMS + réseaux sociaux	Live + vidéo

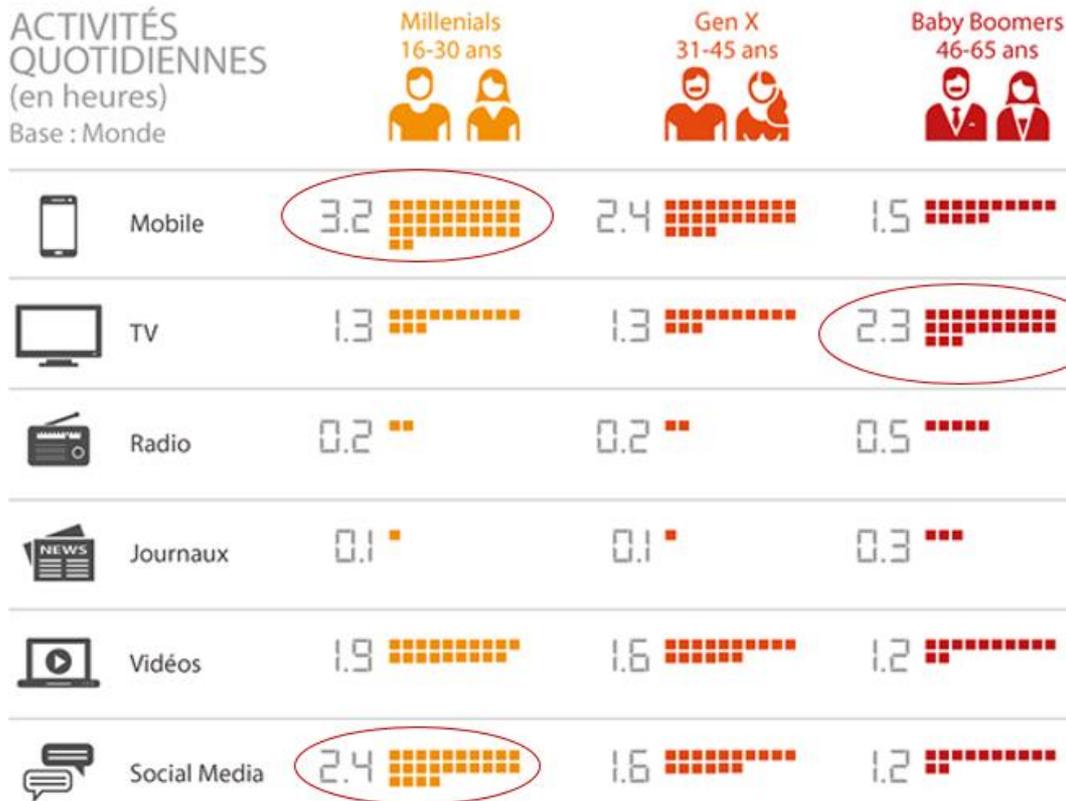
> Tranche d'âge majoritaire en France.

> D'ici 2 ans les « Y » représenteront plus de la moitié de la population active mondiale !

Evolution...

Cette génération « Y » se comporte différemment et oblige les organisations à changer leurs façons de communiquer...

ACTIVITÉS QUOTIDIENNES (en heures)
Base : Monde



Enquête 2016 du Groupe TNS auprès de 60 500 internautes dans le monde



AdBlock

45% des « Y » sont équipés de AdBlock !



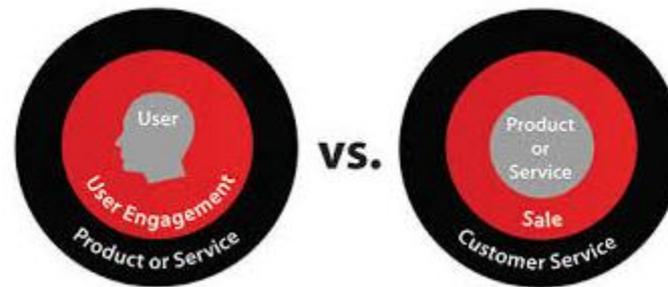
6 % des « Y » jugent les publicités crédibles, 0,1% clic sur les bannières ...



Facebook, Instagram et Youtube sont les premières sources d'inspiration « web » dans le choix de la destination !

[En aparté]

Mettre le client au centre de tout !



Arrêter de penser « offre », penser « expériences client ».

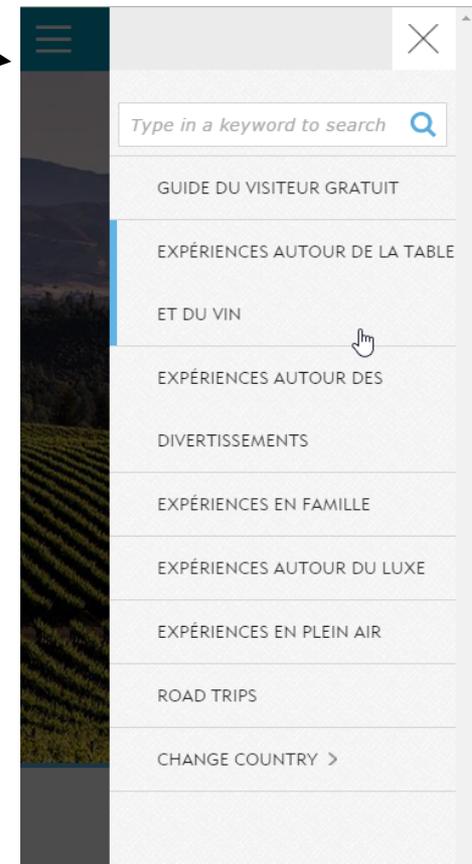
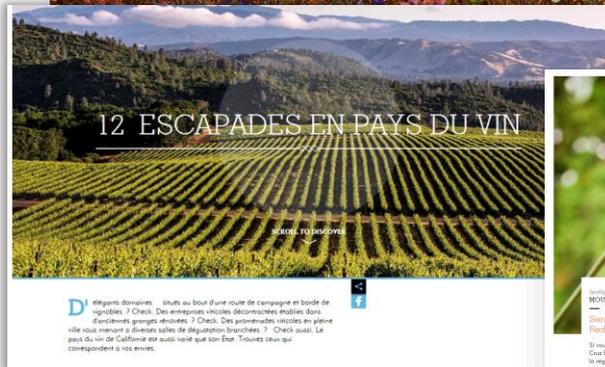
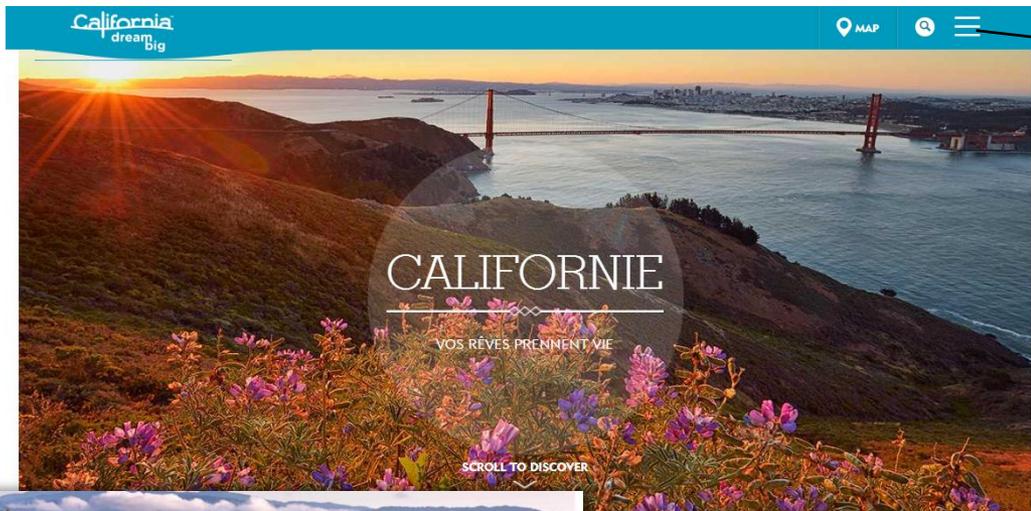
Repenser son offre au regard de attentes de ses clients.

Travailler sa stratégie, ses supports avec des « persona ».

...

[En aparté]

**On ne séduira plus avec la promesse d'une offre de qualité,
mais avec la proposition d'expériences à vivre !**

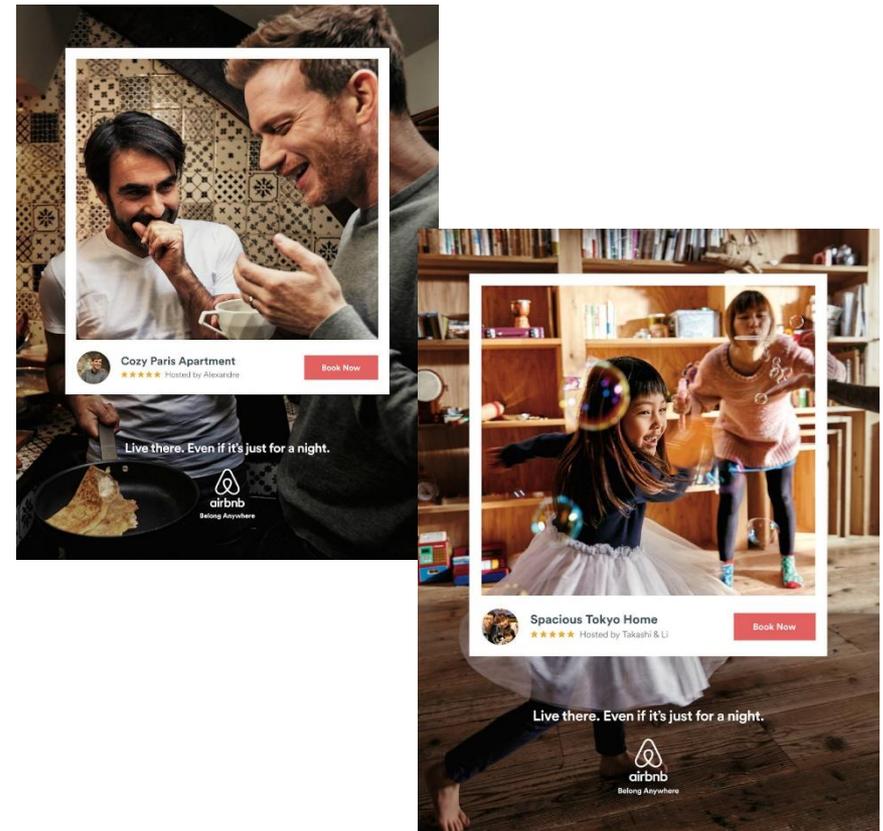
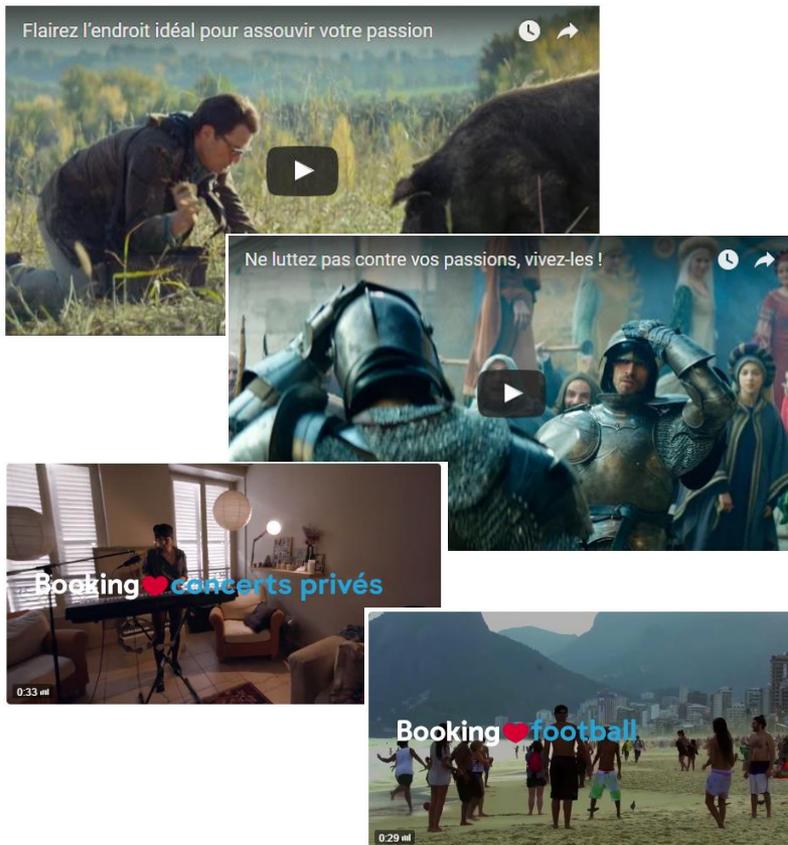


[Pour info]

Les OTA l'ont bien compris ... ils ne vendent plus leurs produits, mais les expériences qui en découlent.

Booking.com c'est « vivre ses passions ! »

airbnb c'est « ne visitez pas, vivez sur place ! »



[En aparté]

5 raisons de venir chez nous

La Gastronomie du Sud Ouest



Un Climat de Confiance avec Vous



Un Cabinet de Curiosité !



Le Calme & L'Espace



[En aparté]

Communiquer "vrai",
jouer la transparence !



- Communiquer avec des contenus pertinents et utiles.
- Intégrer le social media au cœur de sa stratégie de communication.
- Ne jamais faire de promesse que l'on ne peut pas tenir.

...

[En aparté]

Les contenus des utilisateurs seront des éléments de rassurance !

We love these looks! Hashtag #bmhogwartsfbomber for a chance to be featured

BlackMilk NEW SHOP COLLECTIONS SALE INFO

*FREE Worldwide Delivery 100 Day Returns

Hootlet

BLACK MILK CLOTHING > JACKETS >

HOGWARTS GF BOMBER - LIMITED
\$110.00 AUD

-- Select Size --

ADD TO CART

BUY NOW, PAY LATER WITH afterpay

DESCRIPTION SHIPPING SIZING

Hogwarts was founded over a thousand years ago, by the four greatest witches and wizards of the age: Godric Gryffindor, Helga Hufflepuff, Rowena Ravenclaw, and Salazar Slytherin.

Our GF Bombers are made from lightweight, silky smooth printed fabric. They're cut for ladies, so they're a bit shorter than our BF Bombers.

Composition: Main: 77% Polyester, 23% Elastane; Secondary: 85% Nylon, 15% Elastane
Washing: Cold hand wash only
Made in: Australia

← PREVIOUS PRODUCT NEXT PRODUCT →

Like 4 Tweet Pin 14

We love these looks! Hashtag #bmhogwartsfbomber for a chance to be featured

POWERED BY TAGGD

Support

CONTACT US
SIZING CHART
FAQ
CAREERS
SHIPPING
RETURNS

Popular links

THE DEVIL WEARS NYLON (NEW)
BLACKMILK ESSENTIALS
RESTOCK LEGGINGS
DRESSES
SHOP SOCIAL!

Follow us

f i s t p v

We accept

PayPal afterpay VISA MasterCard

Subscribe to our Newsletter

Get more shiny goodness in your inbox! Subscribe and be the first to hear news, offers and updates for the sharkie community!

Enter your email here

SUBSCRIBE

© COPYRIGHT 2015 | BLACK MILK CLOTHING

[en aparté]

Ou est la vraie famille ?



[Faux]



[Vrai]

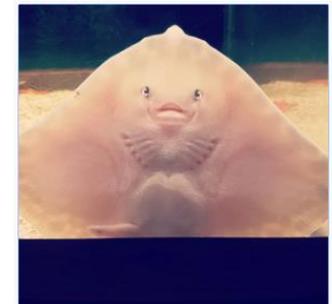
Le « vrai » existe sur les réseaux sociaux, il faut l'encourager, le valoriser et oui... l'utiliser sur ses supports !

 | Instagram

Search: aquarium saint malo

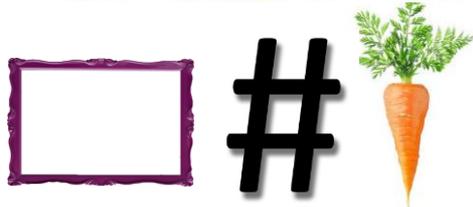
Grand Aquarium Sain..
Avenue du Général Patton, Sai

aquariumsaintmalo
131 publications



[En aparté]

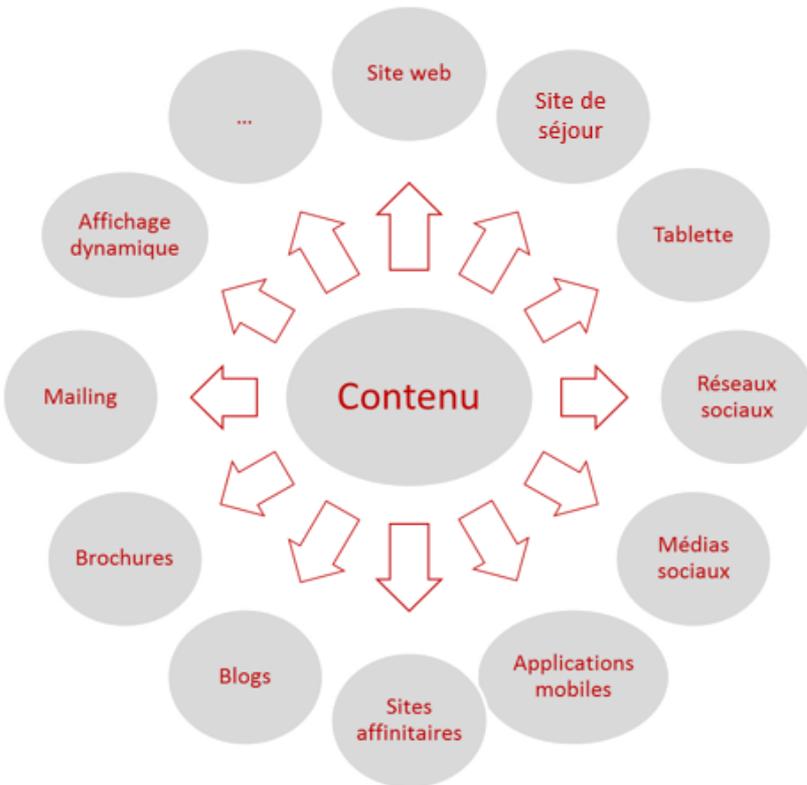
La communication sera plus que jamais multicanal, affinitaire et sociale !



[En aparté]

La communication sera plus que jamais basée sur le contenu !

Persona

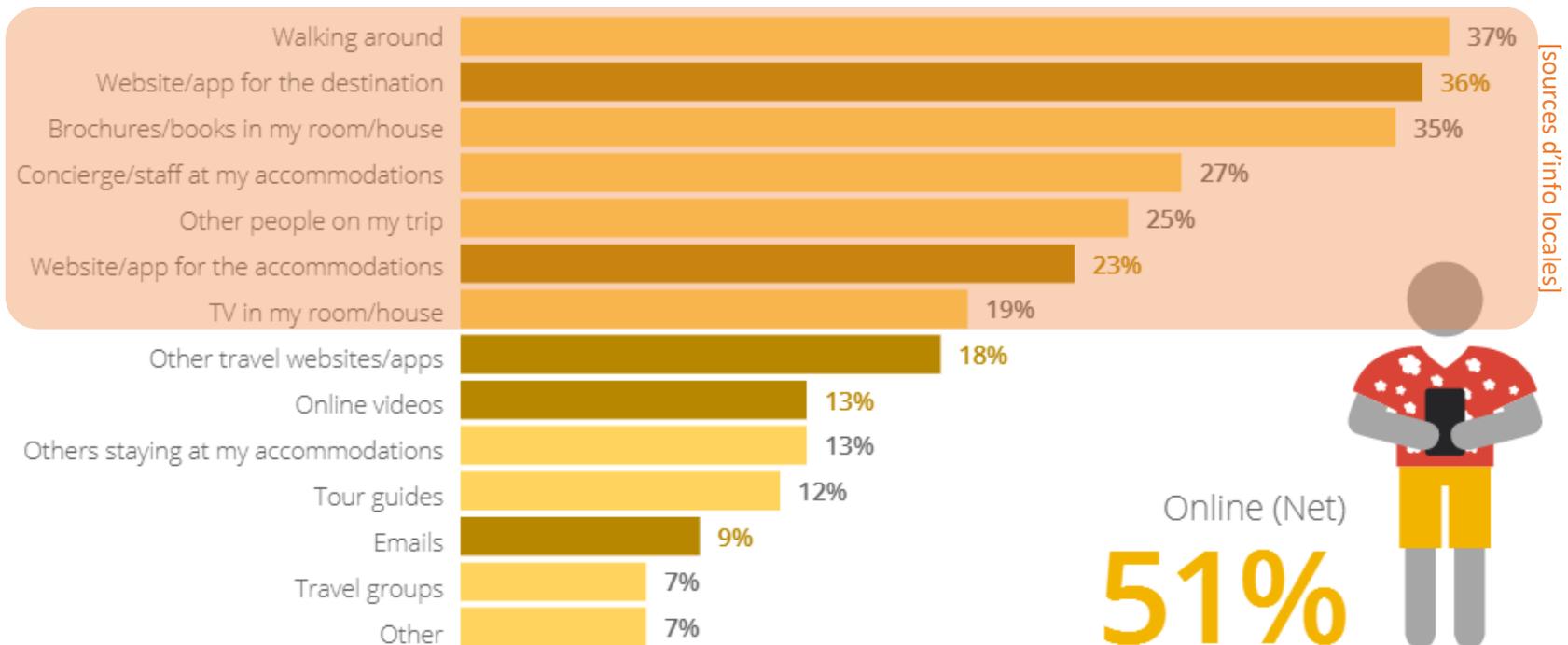


Fransck	Adventure seeker												
	<p>Objectifs clés / Besoins primaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trouver une destination unique • Expérience hors des sentiers battus • Expériences éco-touristiques • Prix raisonnable mais prestations de qualité <p>Freins / Problèmes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confiance dans les partenaires sur place • Véracité des informations / photos • Frais cachés • Sécurité avec les activités <p>Envies / Besoins</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veut rencontrer des locaux • Souhaite du wifi pour rester en contact • Ne veut pas conduire • Veut du confort malgré des activités « roots » <p>Objectifs stratégiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Upgrader ses prestations / augmenter ses dépenses • En faire un prescripteur de vos services • Rester en contact avec lui • Partager son expérience avec son entourage 												
<p>Informations personnelles</p> <p>Directeur de création Lyon 32 ans 36'000 € an Célibataire / sans enfants Conscience écologique Pas de voiture</p> <p>Matériel à disposition</p> <p>Mac Book Air, iPhone 6, Apple Watch</p> <p>Geekiness</p> <p>+++ . (out of 4)</p>	<p>Logistique et fonctionnalités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faciliter l'upgrade des prestations en restant en contact avec lui tout au long du voyage • Lui donner la possibilité de partager ses expériences à travers vos plateformes propriétaires • Conserver ses datas, sa segmentation et lui proposer de nouvelles expériences adaptées • Lui donner des incentives lors de l'utilisation d'un hashtag propriétaire <p>Usage des médias:</p> <table border="1"> <tr> <td>Email marketing</td> <td>0%</td> <td><input type="range" value="25"/></td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Mobile</td> <td>0%</td> <td><input type="range" value="75"/></td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Médias sociaux</td> <td>0%</td> <td><input type="range" value="50"/></td> <td>100%</td> </tr> </table>	Email marketing	0%	<input type="range" value="25"/>	100%	Mobile	0%	<input type="range" value="75"/>	100%	Médias sociaux	0%	<input type="range" value="50"/>	100%
Email marketing	0%	<input type="range" value="25"/>	100%										
Mobile	0%	<input type="range" value="75"/>	100%										
Médias sociaux	0%	<input type="range" value="50"/>	100%										
<p>YOOD DIGITAL MARKETING EXPERIENCE DAYS 13 janvier 2017 Palais des Festivals de Cannes yoodx.com</p> <p>Relax In The Air</p>													

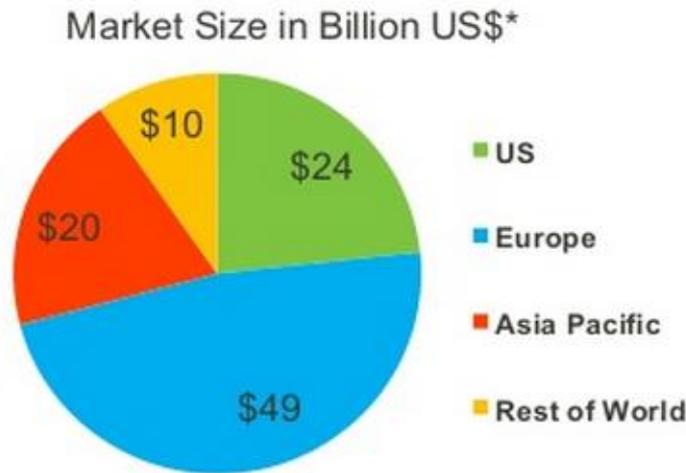
Etat des lieux (Focus Loisirs)

Aujourd'hui, ce sont les hébergeurs et les acteurs institutionnels du tourisme (OT, CDT, CRT) les mieux placés pour vendre de l'offre de loisirs aux touristes en séjour !

To decide on activities once at their destinations, leisure travelers rely on a **mix of sources**



Mais la situation est en train d'évoluer...



*) PhoCusWright Study "What they do when they get there" 2011 & 2013

► Key Facts

- ✓ Bigger than the car rental & cruise industries combined
- ✓ The addressable online market is 25%, growing at 13% YoY
- ✓ Online aggregators own a tiny fraction of the market
- ✓ Average margins are greater than 20%

June 7, 2014

GetYourGuide AG

11

25 % du marché mondial des loisirs touristiques est réalisé en ligne et cette part progresse de 13 % par an. (Source : Phocuswright – 2013)

Les OTA qui dominent le marché de l'hébergement et du transport s'intéressent fortement à la distribution des activités et des loisirs ...



Steve Kaufer

CEO at TripAdvisor, LLC

Région de Boston, États-Unis | Internet

Actuel

TripAdvisor, LLC

Études et formations

Harvard College

"We believe that capturing only single-digit market share will enable **attractions** to become our next billion-dollar revenue business"

(Source: [Skift – 2016](#))



Johannes Reck
CEO et cofondateur

**Get
Your
Guide**

"Ce marché va devenir trois fois plus gros que celui de la location de voitures et la moitié de celui de l'hôtellerie". ([Tour hebdo – 2016](#))

Prospective...

Booking et Accor travaillent avec GetYourGuide pour pousser des loisirs réservés en ligne auprès de leurs clients lorsqu'ils sont en séjour.



Idem pour Expédia qui développe son offre de loisirs

[en aparté]

Redoutable car :

- ✓ Ils ont accès au client et savent délivrer l'information (*offre d'expériences sur la destination*) au bon moment.
- ✓ Ils proposent une offre que personne n'a et qui n'est pas en concurrence avec l'offre de loisirs « classique ».
- ✓ Ils offrent ce que les clients Airbnb (en grande partie) attendent, c'est-à-dire des expériences qui sortent des sentiers battus.

sam. 06/05/2017 06:45
Airbnb <express@airbnb.com>
Rappel de la réservation - 13 mai 2017

Faites vos bagages !
Il est presque temps de partir à Barcelone.



NEW MODERN, BEACH CHIC with ROOF POOL 5*
Logement entier - Hôte: Victoria & Agustin

Adresse
Passeig de Cavall, 45 4^e 1^{er}
Barcelone, Catalunya 08005,
Espagne

Obtenir l'itinéraire

samedi 13 mai 2017
Arrivée À partir de 14:00

lundi 15 mai 2017
Départ 11:00

Voyageurs
2

Voir le récapitulatif complet

Modifier la réservation

Votre hôte est là pour vous aider
Contactez Victoria & Agustin si vous avez des questions au sujet de votre séjour.

Envoyer un message à l'hôte - +34 671 949 503

Quelques suggestions pour votre voyage à Barcelone

Les expériences sont des activités proposées par des experts locaux. Le choix est très varié. Il peut s'agir aussi bien d'un cours de cuisine que d'une excursion sur une semaine entière. C'est aussi l'occasion de rencontrer d'autres voyageurs au cours d'activités uniques, proposées nulle part ailleurs.



Savor traditional Catalan sweets
Expérience de 2 heures
Plus d'informations



Catalan Art Nouveau with an architect
Expérience de 2 heures
Plus d'informations

lun. 08/05/2017 02:23
Airbnb <discover@airbnb.com>
Vous avez encore le temps de planifier votre séjour à Barcelona

Il ne reste plus que 6 expériences pendant votre voyage

Plus de 49000 voyageurs séjourneront également à Barcelona ce mois-ci. Nous vous conseillons donc de réserver une place le plus tôt possible.

Expériences disponibles le May 13 - 15



MAKER SESSION & HAWAII LAMP
Make a Hawaii lamp with its designer



TREKKING & NATIONAL PARK
Unearth hidden gems on nature hike



FOOD & WINE
Pair dishes and drinks with a top sommelier



FISH MARKET & BARCELONA PORT
Get a slice of the fisherman's life

Voir toutes les expériences à Barcelona

[en aparté]

Ils favorisent aussi localement les rencontres entre les clients Airbnb et les personnes qui proposent des expériences Airbnb.

mer. 10/05/2017 11:00
Airbnb Meetups <airbnb-meetups@airbnb.com>
You're invited to enjoy Barcelona's most innovative aperitivos on Saturday, May 13th!
À vadot@marketing-tourisme.net



Join us for pisco happy hour in Barcelona on Saturday May 13th!

We heard you're in town and we'd love to go out with you. Join us for an Airbnb Meetup at [Lascar 74](#), a stylish spot in Poble Sec that serves up a raw mix of flavors and cultures, including mouth-watering ceviche dishes. Join us to:

- Experience the city like a local
- Chat with fellow travelers and fun-seekers
- **Enjoy your first drink is FREE!**



Reserve Your Spot!

Place: [Lascar 74](#)

Date: Saturday, May 13th

Time: 6:30 pm - 8:00 pm

Location: [Here](#)



About Airbnb Meetups:

Airbnb Meetups are gatherings at locally loved places in the city. Come meet other travelers, get tips from locals, and swap stories.

Airbnb
888 Brannan Street
San Francisco, CA



[Preferences](#) | [Unsubscribe](#)

[en aparté]



Hôte

RECOMMANDÉ LOGEMENTS **EXPÉRIENCES**

Types ▾ Catégories ▾



20€ Listen to live jazz in a cozy flat
★★★★★ 31 commentaires



75€ Breeze along without lifting a finger
★★★★★ 17 commentaires



15€ Sketch the naked form
★★★★★ 21 commentaires



57€ Get a taste of authentic tapas
★★★★★ 2 commentaires



95€ Ride horses and enjoy a local lunch
★★★★★ 41 commentaires



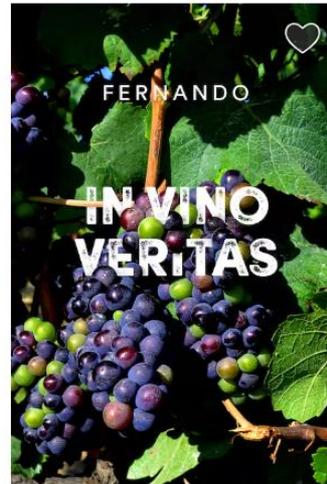
34€ Get to know Gaudi's dark side
★★★★★ 21 commentaires



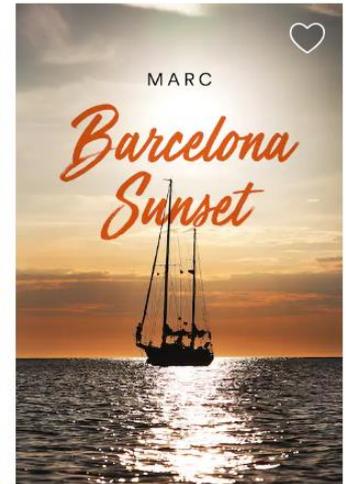
47€ Take a leap and go cliff diving
★★★★★ 11 commentaires



49€ Behind the scenes of best tapas bars
★★★★★ 2 commentaires



80€ Sip wines in an historic castle
★★★★★ 27 commentaires

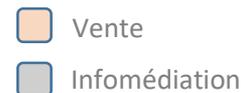
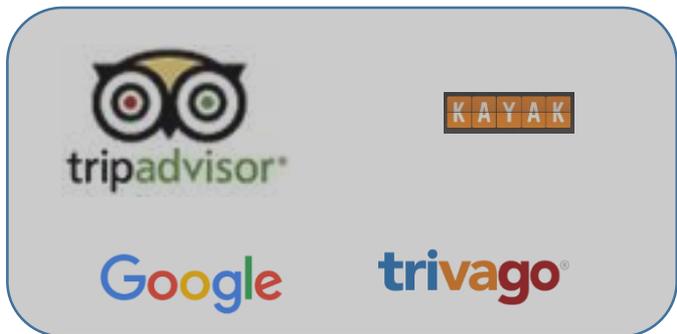


70€ Watch the sunset over the Mediterranean
★★★★★ 5 commentaires



Focus sur les spécificités des différentes filières du tourisme en matière de e-distribution

Les spécificités de l'hôtellerie :



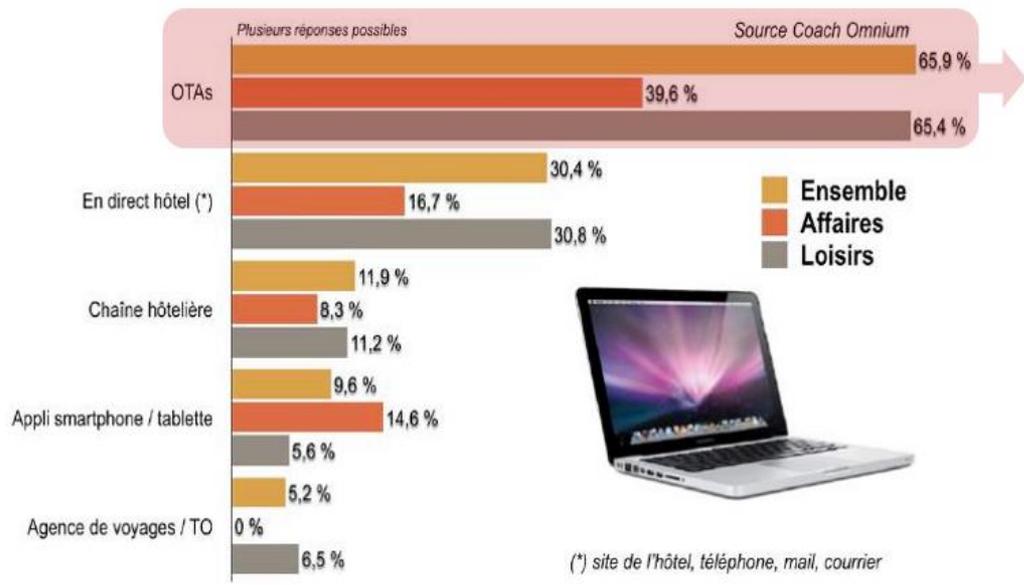
+ 70 % des ventes des chambres d'hôtels sont réalisées par Internet.

- ✓ Le recours aux distributeurs est indispensable.
- ✓ La e-distribution est un vrai métier (*revenue management, channel manager...*).
- ✓ Les comparateurs de prix trustent les meilleures places sur Google, mais ouvrent aussi de nouvelles possibilités aux indépendants !
- ✓ Les avis client jouent un rôle déterminant dans le processus d'achat.
- ✓ La fidélisation client et la mise en œuvre d'actions collectives sont des leviers importants pour développer les ventes en direct.
- ✓ Les attentes client sur le produit hôtelier changent... et nécessitent de s'adapter.

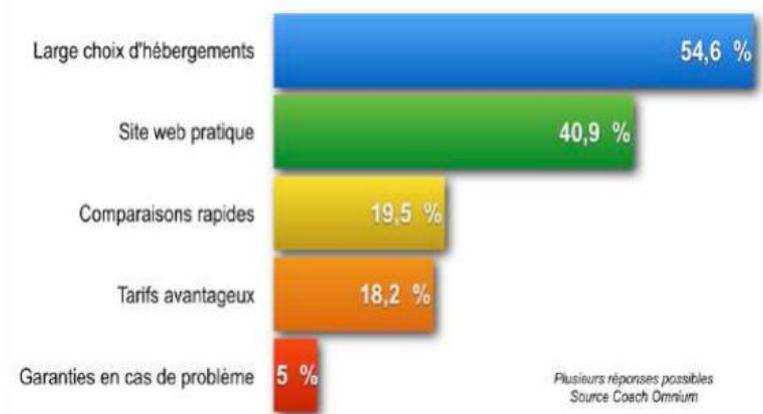
Les spécificités de l'hôtellerie :

La dépendance des OTA (pour ne pas dire Booking) est un fait.

Principaux moyens de finaliser la réservation (quand le client s'en occupe lui-même)



Pour les clients qui réservent via les OTAs, ce qui leur plaît...



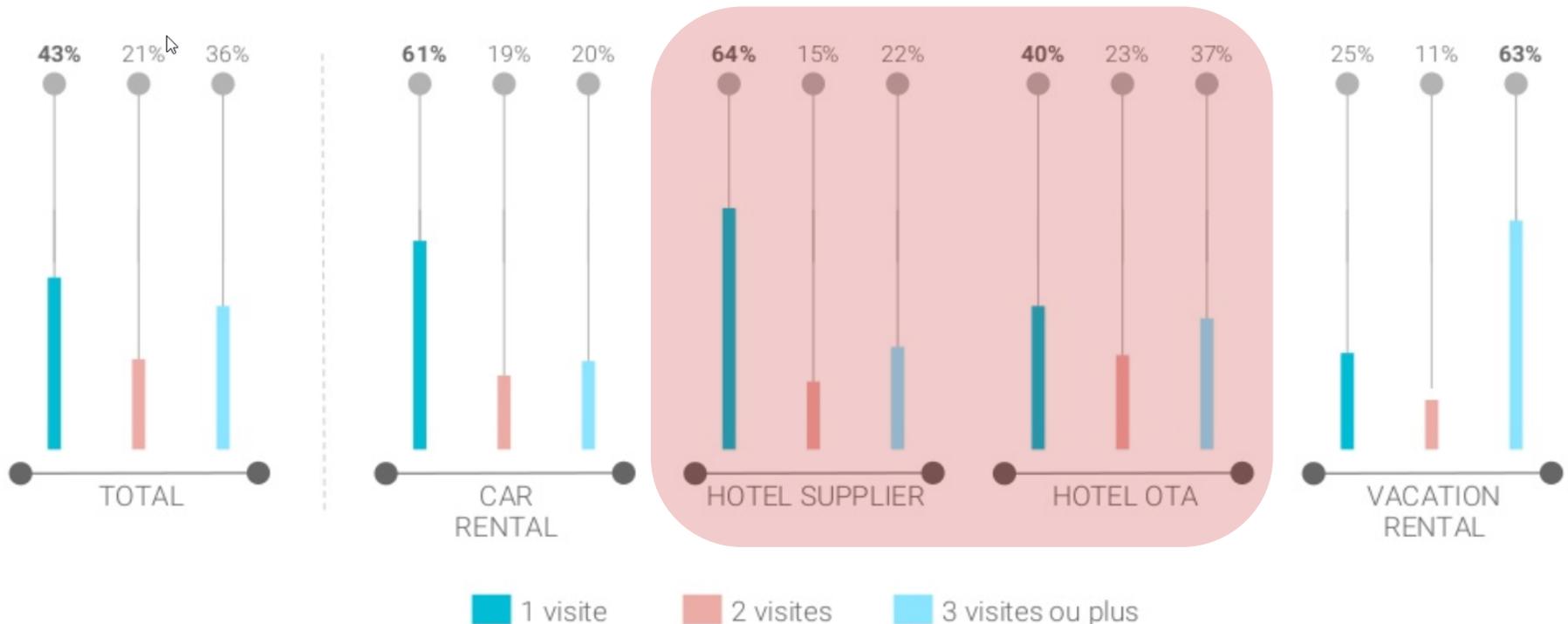
Les spécificités de l'hôtellerie :

Mais le web permet de développer ses ventes en direct ...

La première visite est souvent décisive



Nombre de fois où un site est visité avant qu'une conversion soit générée (parcours achat)

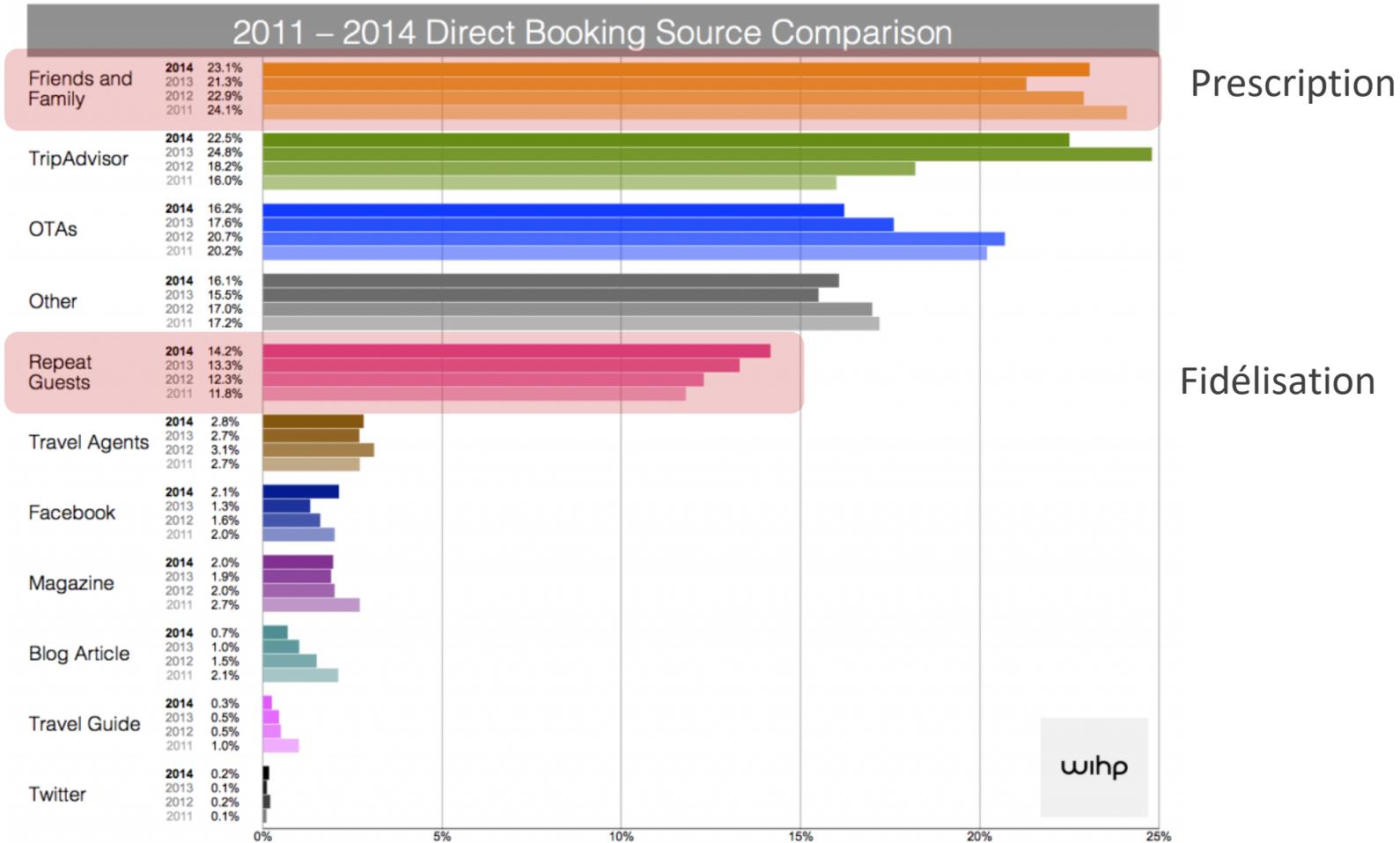


Source : Nielsen MediaMetrie France Janvier-juin 2017. Clickstream

Etat des lieux...

La relation client est plus que jamais un pilier du marketing pour développer ses ventes en direct ...

2011 – 2014 Direct Booking Source Comparison



Prescription

Fidélisation

wihp

Les spécificités de l'hôtellerie de plein air :



Une position unique dans la distribution d'hébergement touristique !

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

70 % à 80 % des réservations sont faites en direct, et principalement en ligne sur le site des campings.

(Source : expériences personnelles)



Une position tenable ?

Dans un contexte où les frontières « traditionnelles » entre les différents types d'hébergements explosent ...



Les spécificités des locations de vacances.

✓ Une offre très importante !

40 fois plus que le nombre d'hôtels !

700 000 locations en France, référencés sur les principales plateformes,
dont 100 000 locations classées et 25 000 labellisées (Source : [UNPLV - 2015](#))



✓ Une distribution de plus en plus structurée, par défaut, à la nuitée...



✓ Une disparition progressive des annuaires au profit des sites marchands...



✓ Une explosion du phénomène « Airbnb »...

✓ Une concurrence de plus en plus forte du « collaboratif ».



Les spécificités des Chambres d'Hôtes

✓ **Une distribution à cheval entre hôtellerie et location de vacances...**

✓ Une offre très souvent associée à l'offre hôtelière.

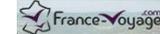
[Booking.com](#)



✓ **Des « opportunités » de distribution sur les sites spécialisés dans l'hébergement chez l'habitant.**



✓ **Un impact de plus en plus faible des sites d'annonces au profit de sites « marchands » .**



✓ **De nouvelles opportunités sur les comparateurs de prix d'hôtels.**



✓ **Une concurrence de plus en plus forte du « collaboratif ».**



Les spécificités des activités et loisirs :

L'achat de prestations de loisirs se fait principalement en séjour et encore majoritairement hors ligne.

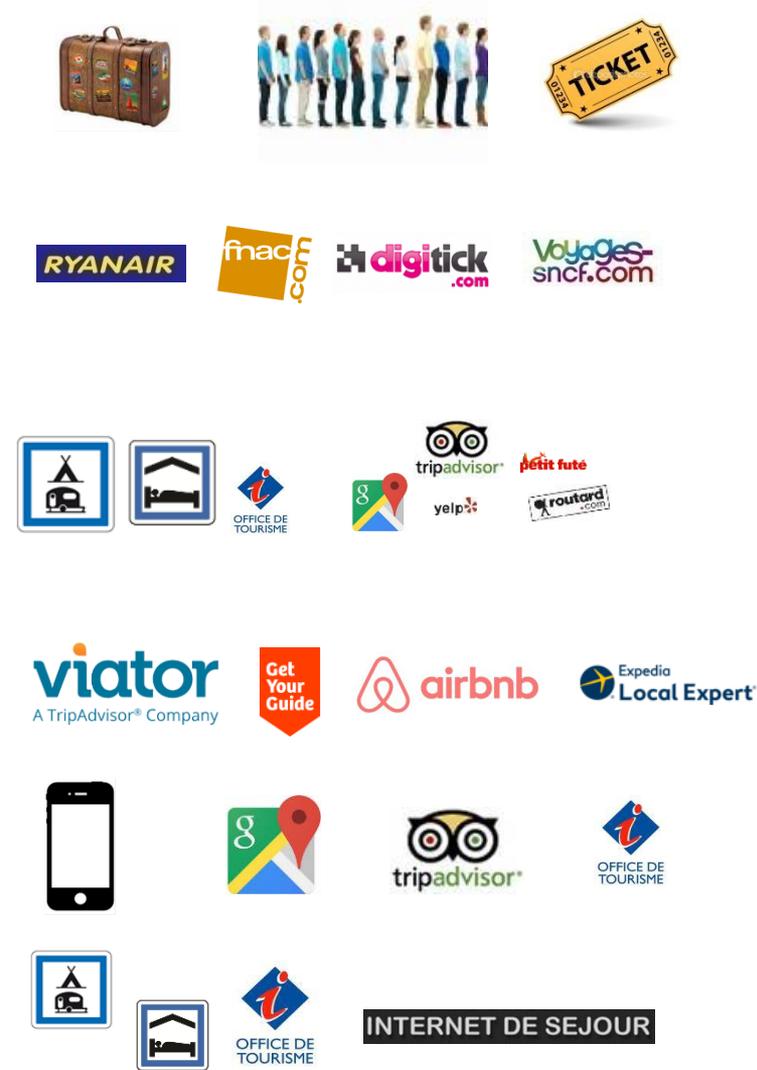
Des clients parfaitement rodés à l'achat en ligne de billetterie, prêts à acheter en ligne, s'ils y trouvent un intérêt.

Peu d'intermédiaires marchands pour le moment, mais des prescripteurs importants.

Des OTA qui investissent le créneaux de la e-distribution des activités et loisirs.

Des touristes connectés en séjour.

De opportunités pour vendre en ligne, en séjour, en jouant collectif au niveau local.



Rôle et la place des acteurs institutionnels en matière de commercialisation ?



Différents modèles de commercialisation (vendeur, organisateur ou agrégateur)

VENDEUR

ORGANISATEUR

AGREGATEUR

Différentes approches « produit » : Package, ventes privée, choix d'un seul type de produit, etc.

Choix au niveau des cibles : BtoC, BtoB

Table Ronde : Quelle place de l'institutionnel en matière de commercialisation ?

Sur quels modèles ? Pour quel type d'offre ?

Quels facteurs clés de réussite ?

Quels points de vigilance pour commercialiser sa destination ?

Quelles évolutions pour anticiper l'avenir ?



Aurore VILLIEN

Responsable de la centrale
de réservation de La Plagne



Corinne BINET

Directrice adjointe de l'Office de Tourisme
Haut Maurienne- Vanoise



Pierre BRAND

Directeur de l'Office de Tourisme
du Val d'Arly



Jean-Pierre JORCIN

Président délégué Savoie FAGIHT



Patrick ANCEAUX

Vice-Président de la FRHPA Rhône Alpe,
ancien-président OT de Peisey-Vallandry