

# Commercialisation :

## Où se trouve la valeur ajoutée pour les destinations ?

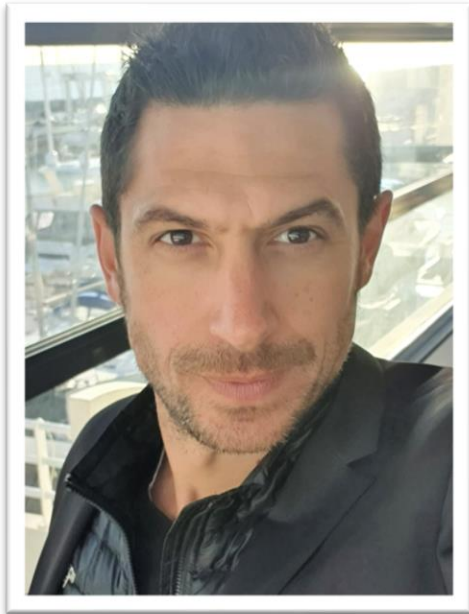


**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme

**Rencontre annuelle de la Place de marché : édition 2023**

Lyon

25 avril 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](http://www.marketing-tourisme.net)

[www.id-rezo.com](http://www.id-rezo.com)



[mathieu.vadot@idrezo.com](mailto:mathieu.vadot@idrezo.com)



[Facebook.com/Marketing.Tourisme](https://Facebook.com/Marketing.Tourisme)



[Linkedin.com/in/mathieuvadot/](https://Linkedin.com/in/mathieuvadot/)

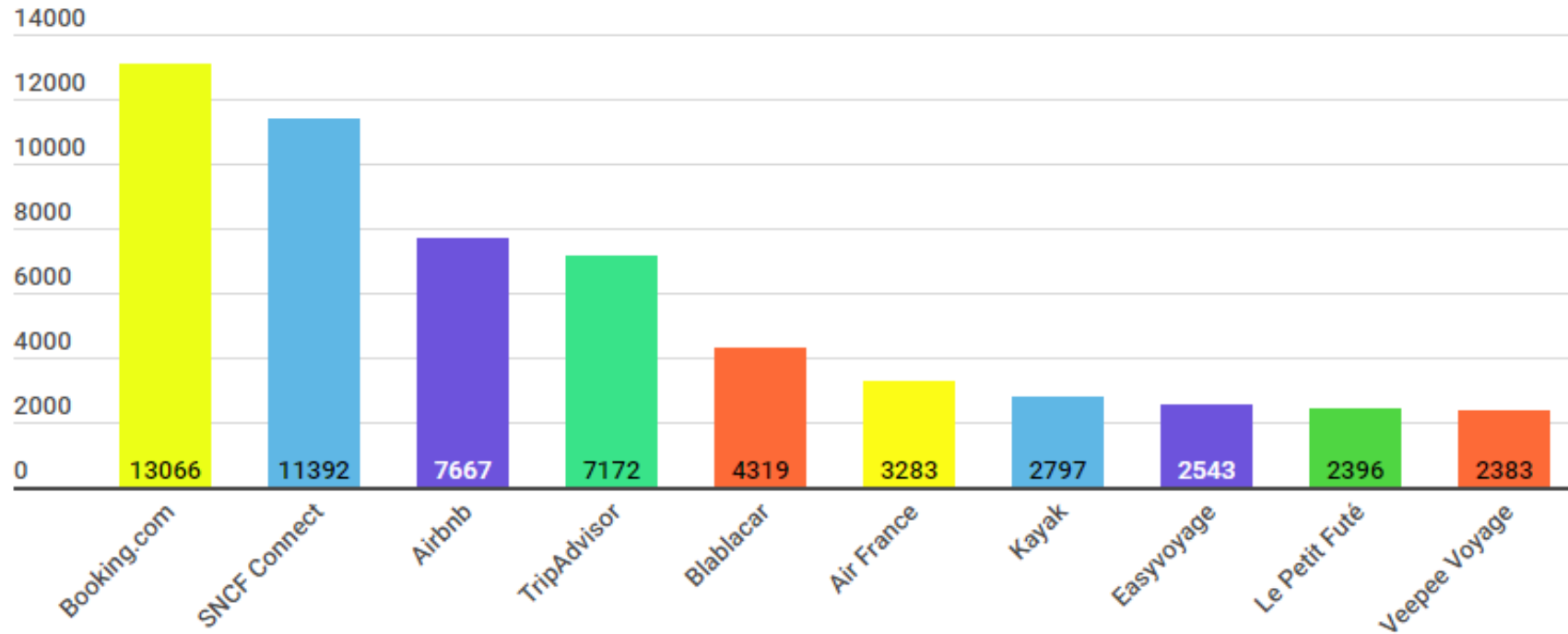


MARKETING  
&  
TOURISME

# État des lieux de la distribution du tourisme

## En France, Booking et Airbnb règnent en maître... (sur la distribution BtoC des hébergements)

### 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..

[En aparté]

## “Airbnb” est recherché 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

## 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**

Expedia® hotelbeds!

Hotels.com

HRS

agoda

airbnb

SPLENDIA

Trip.com

VERYCHIC

voyage privé

Smith  
Mr & Mrs Smith

ABRACADAROOM

...

campings.com

Booking.com

Campingandco

airbnb

VacAnceselect

campsitead

coolcamping

...

**airbnb**

Abritel®

Vrbo

Booking.com

leboncoin

Paiement en ligne

GrandsGites.com

misterb&b

ABRACADAROOM

...

viator  
Booking.com

france billet

See TICKETS

Get Your Guide

KLOOK

musement

airbnb

DECATHLON Outdoor

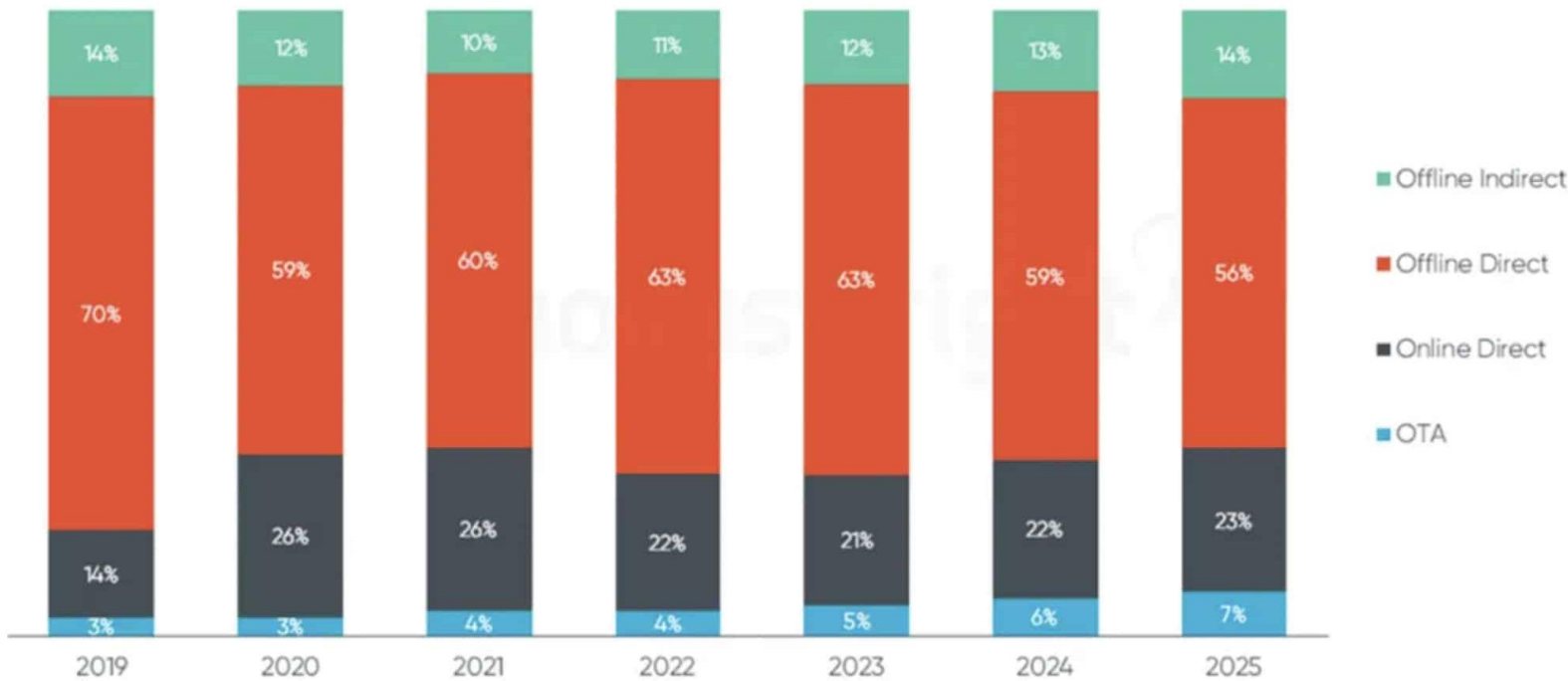
...

[en aparté]

## La distribution des activités de loisirs est encore 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.

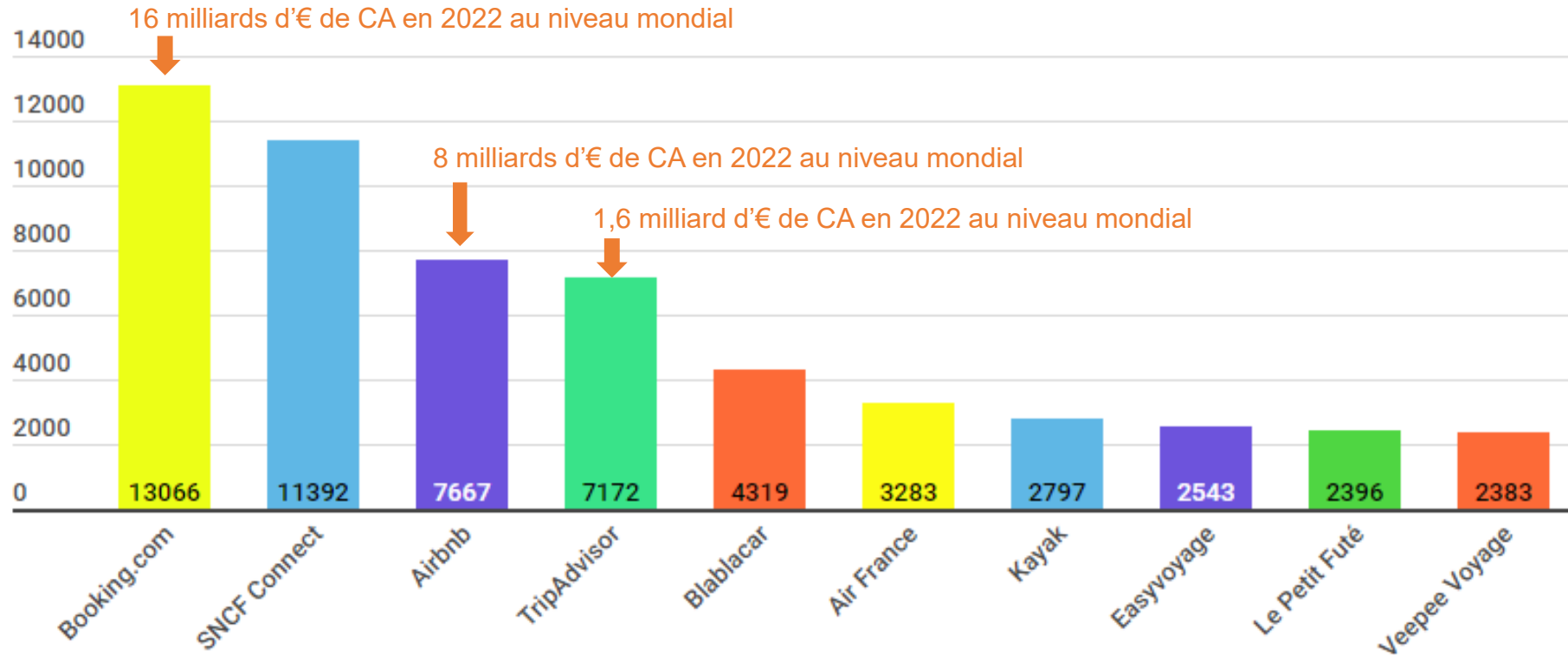
Les Offices de Tourisme/les ADT sont légitimes sur la question du « Quoi faire sur place ? »

Les OTA ont beaucoup d'appétit pour cette filière.

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 %



VS

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

0,27 %



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

# Les évolutions que l'on observe depuis plusieurs années...

## 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

Arrivée autonome  
Vous pouvez entrer dans les lieux avec un concierge.

Annulation gratuite avant le 19 oct.

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

ARRIVÉE	DÉPART
20/10/2022	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	DÉPART
Ajouter une date	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 Voil + 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

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

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

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

**les vignes Ardéchoises - Peuplier** **Superbe** 8,8  
36 expériences vécues  
Sarras [Indiquer sur la carte](#)  
Voir les tarifs

**Durabilité**  
 Établissements Voyage Durable 358  
Ces établissements proposent des séjours plus durables

**Catégorie**  
Comprend les étoiles et les autres classements

1 étoile 5

2 étoiles 56

3 étoiles 832

**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

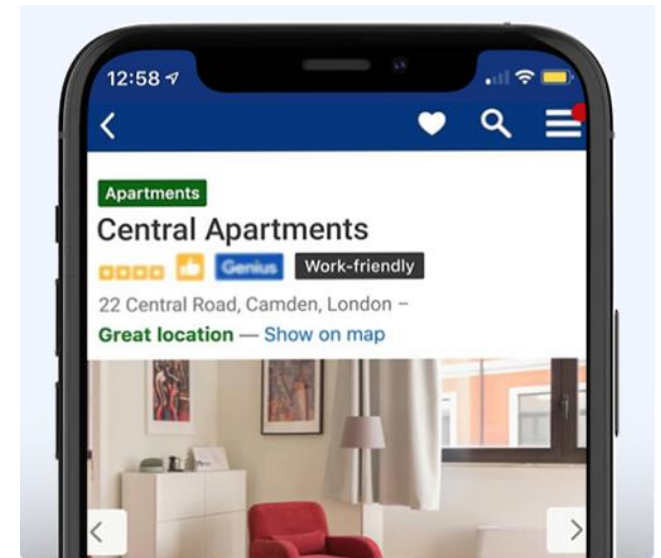
[Afficher moins](#)

**Programme « Idéal pour travailler »**

**Attirez plus de voyageurs d'affaires sans augmenter vos dépenses**  
Vous souhaitez accueillir plus de clients, voire un nouveau type de clientèle ? Aujourd'hui, de plus en plus de personnes réservent des maisons ou des appartements pour y travailler. Si votre hébergement dispose d'équipements adaptés aux voyageurs d'affaires, vous pouvez proposer à vos clients un espace où ils pourront se reposer et travailler en toute tranquillité.

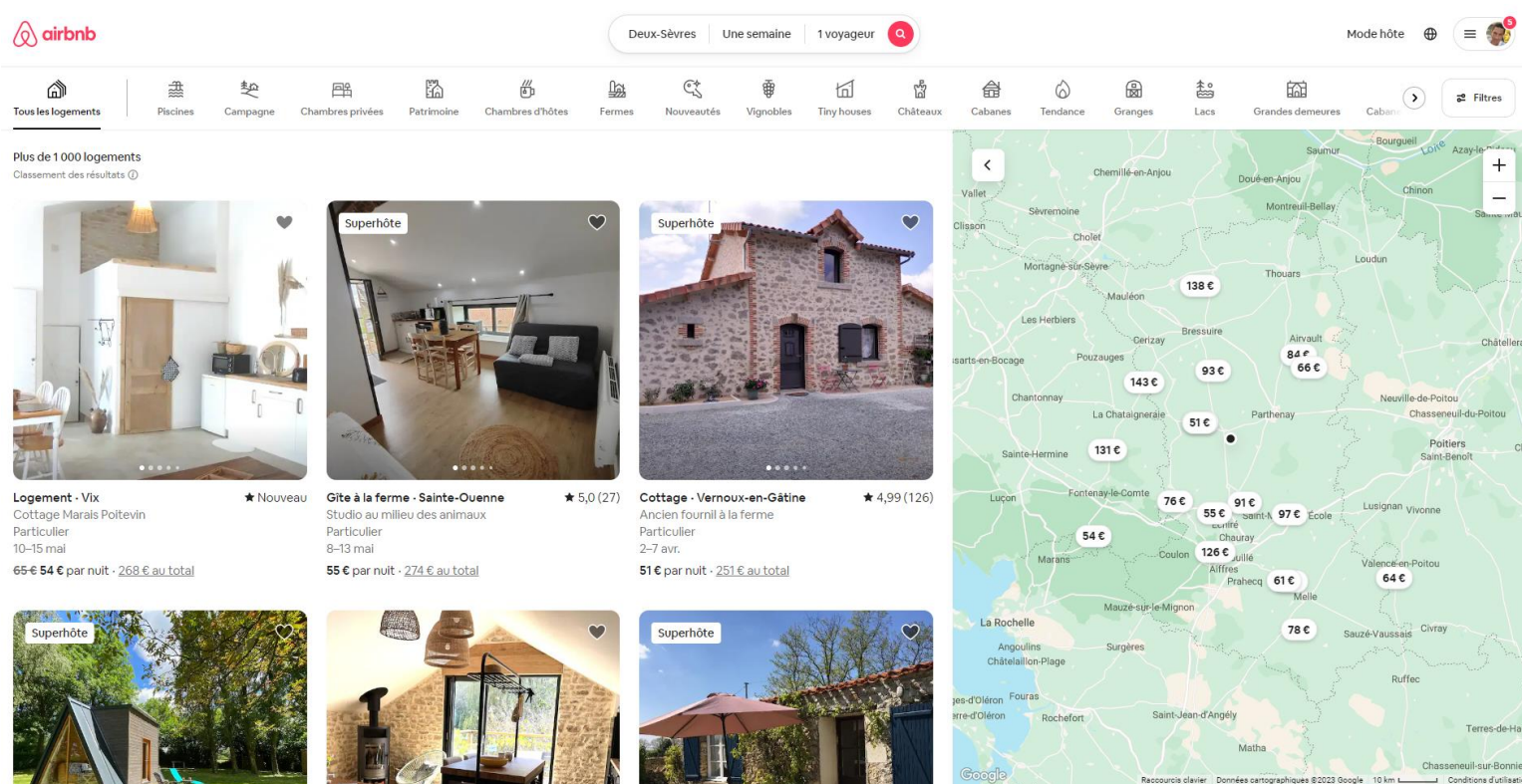
Le programme « Idéal pour travailler » constitue une bonne solution pour rendre votre hébergement plus visible auprès des voyageurs d'affaires et des personnes en télétravail. Ce programme est gratuit et vous ne devez proposer aucune réduction supplémentaire. Lorsque vous aurez ajouté vos équipements adaptés aux voyageurs d'affaires dans votre extranet, votre hébergement bénéficiera d'un badge spécial et apparaîtra dans les résultats de recherche des clients en quête de logements idéaux pour travailler.

[Rejoindre](#)

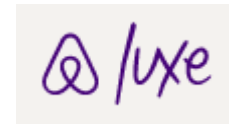




## Les OTA offrent des solutions d'hébergement (point)... et effacent progressivement les différences entre les filières.



Une offre « sélective » labélisée par Airbnb !



Des logement exceptionnels avec des services haut de gamme et un organisateur de voyage dédié.

**3 types de logement : Logement Entier, Chambre Privée et Chambre Partagée :**

Type de logement

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

**Des critères de filtrage par type de propriété :**

Type de propriété

- Maison
- Appartement
- Maison d'hôtes
- Hôtel

### Options de réservation

Réservation instantanée  
Logements que vous pouvez réserver sans attendre l'approbation de l'hôte



Arrivée autonome  
Accès facile au logement à l'arrivée.



### Séjours exceptionnels

Superhôte  
Séjournes chez des hôtes reconnus.  
[En savoir plus](#)



Airbnb Plus  
Une sélection d'hébergements vérifiés selon des critères de qualité et de design



[en aparté]

## Attention 2 modèles de commissions pour les hôtes en fonction de leur nature sur Airbnb :

### 1. Frais partagés entre hôte et voyageur : Particulier

Le modèle « standard » pour les hôtes de logement individuels.

Commissions partagées :

- **Coté hébergeur** : 3 % HT du montant de la réservation + frais de ménage.
- **Coté voyageur** : 14,2% HT du montant de la réservation + frais de ménage (hors TVA et taxe de séjour).

### 2. Frais uniquement pour les hôtes : Professionnel

Le modèle uniquement pour les hôtels et autres entreprises du secteur de l'hébergement

**Commissions uniquement sur l'hébergeur :**

- de 14 % à 16 % HT (plus 2 % si conditions d'annulation « très strictes »)

*NB : Modèle imposé aux hôtels et quelques autres catégories d'entreprises du secteur de l'hébergement. Idem pour aux hôtes connectés via un logiciel (Channel Manager).*

[en aparté]

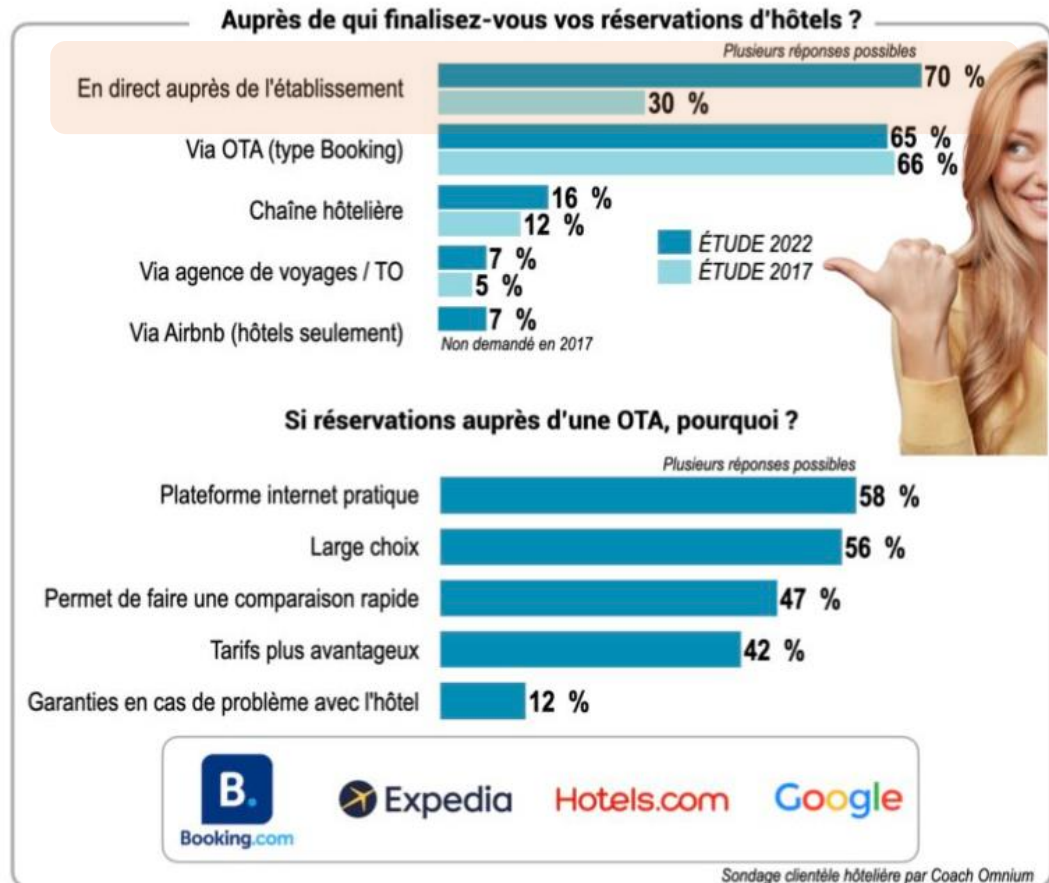
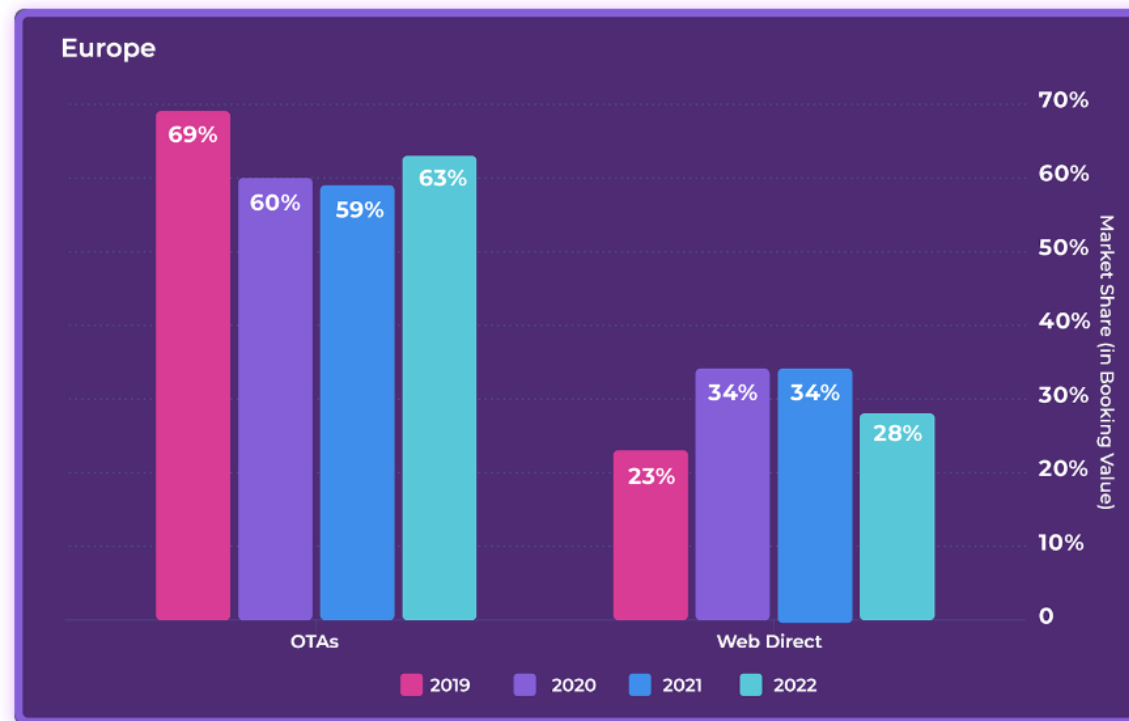
## Booking.com attribue son propre « classement » aux locations de vacances !



The screenshot shows a listing for 'Maison le trèfle' on Booking.com. On the left is a photo of an outdoor patio with a table and chairs. To the right of the photo is the title 'Maison le trèfle' followed by a rating of 9.3, represented by four yellow squares and a blue square with the number 9.3. Below the title is a tooltip box with the text: '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.' To the right of the tooltip, the text 'Fabuleux' and '254 expériences vécues' is visible, along with a blue button labeled 'Voir les tarifs'.



Les réservations en direct progressent, malgré une concentration des pouvoirs par quelques OTA.



## Les avis clients au cœur du système !

## Éléments clés du parcours d'achat.



## Éléments clés des algorithmes de visibilité.



Booking et Airbnb veulent (ou voulaient ?) devenir des « hubs de réservation » de toutes les composantes du voyage.

The image displays two overlapping screenshots of travel websites. The top screenshot is the Booking.com homepage, featuring a dark blue header with navigation options: Hébergements, Vols, Vol + hôtel, Voitures de location, Attractions (highlighted with a mouse cursor), and Taxis aéroport. A user profile for Mathieu VADOT is visible. The main content area has a promotional banner for Black Friday with the text "Ce Black Friday, faites le plein de voyages" and "-30 % sur des séjours à travers le monde. Où créerez-vous des souvenirs ?". Below the banner is a search bar with the text "Où allez-vous ?" and fields for "Arrivée", "Départ", and "2 ad".

The bottom screenshot is the Airbnb homepage, showing a white header with the Airbnb logo and search filters: "N'importe où", "Une semaine", and "Ajouter des voyageurs". A navigation bar below the header lists various property types: Bord de lac, Sur l'eau, Îles, Design, Châteaux, Sous les tropiques, Villes emblématiques, Maisons troglodytes, Lacs, Nouveautés, and Cam. The main content area displays a grid of property listings, each with a photo, location, rating, and price per night. The listings include:

- Macheren, France (5.0 rating, 107 € par nuit)
- Christian Malford, Royaume-Uni (4.97 rating, 920 € par nuit)
- Ranmore Common, Royaume-Uni (5.0 rating, 286 € par nuit)
- Lower Chute, Royaume-Uni (4.92 rating, 233 € par nuit)
- Vauville, France (4.93 rating, 1650 € par nuit)

At the bottom of the Airbnb screenshot, there are logos for Viator, musement, and klook, and a footer with copyright information and language options.



[en aparté]

# Airbnb développe son propre service de vente d'activités de loisirs, d'expériences.

airbnb

Provence-Alpes-Côte d'Azur | Dates flexibles | Ajouter des voyageurs

Toutes les expériences

- ★ 5.0 (3) - Autre (France)  
Discover a vineyard by night "Entre Vignes et Lumières"  
À partir de 15 € par personne
- ★ 4.75 (87) - Montpellier  
Safari photo en Camargue avec un gardian  
À partir de 65 € par personne
- ★ 4.94 (552) - Marseille  
Catamaran à voile dans la rade de Marseille  
À partir de 65 € par personne
- ★ 4.94 (96) - Marseille  
Catamaran à voile dans l'Archipel du Frioul  
À partir de 65 € par personne
- ★ 4.71 (17) - Nice  
Excursion nautique de Nice à Monaco  
À partir de 65 € par personne
- ★ 4.98 (138) - Nice  
Secrets et histoires du Vieux Nice  
À partir de 15 € par personne
- ★ 4.91 (99) - Vaucluse  
Dégustation de vins Châteauneuf-du-Pape autour de l'art  
À partir de 5 € par personne
- ★ 5.0 (29) - Monaco and Menton  
Évasions Vésubiennes  
À partir de 80 € par personne
- ★ 5.0 (6) - Nice  
Segway tour Spécial Lève-Tôt  
À partir de 42 € par personne
- ★ 4.98 (302) - Alpes-de-Haute-Provence  
Naviguez et détendez-vous à Antibes  
À partir de 110 € par personne

**20 % de commission** et pas de frais de service coté client.

[Coté offreur]

Enregistrer et quitter

## Proposez votre expérience

- ▼ Votre idée
- ▲ Ce que nous recherchons
  - Aperçu
  - Savoir-faire
  - Accès**
  - Contact humain
- ▼ Page de l'expérience
- ▲ Paramètres
  - Taille du groupe
  - Disponibilité générale
  - Prix par voyageur
  - Réductions
  - Paramètres de réservation
  - Conditions d'annulation
- ▼ Proposition envoyée

- **Airbnb choisi d'accepter ou pas les propositions d'expériences qui lui sont soumises.**
- Les prestations sélectionnées sont dans la majorité des cas, des prestations accompagnées.
- Pas de profil « Entreprise », c'est une personne identifiée qui propose une expérience.
- **Pas de minimum de pers pour déclencher l'activité.**
- Pas de connectivité avec les Channel Manager.

**Expertise :** avoir une expérience, des compétences ou des aptitudes exceptionnelles.

**Accès :** proposer aux voyageurs quelque chose qu'ils n'auraient pas pu faire par leurs propres moyens.

**Contact humain :** savoir donner lieu à des échanges riches de sens.



[en aparté]



Mode hôte

## Votre réservation est confirmée !

Nous avons envoyé les détails du voyage par e-mail à l'adresse : vadot@marketing-tourisme.net.

### Dernière étape : communiquez les détails de votre voyage

Dites à votre hôte qui vous accompagne. Nous enverrons également le récapitulatif par e-mail à ces autres voyageurs.

Voyageur 2 : nom et prénom

Adresse e-mail

Voyageur 3 : nom et prénom

Adresse e-mail

Envoyez votre récapitulatif à toute personne que vous souhaitez informer de vos projets.

Ajoutez une adresse e-mail

Envoyer

Passer

### À retenir

#### Règlement intérieur

Arrivée : entre 16:00 et 00:00

Départ avant 11:00

4 voyageurs maximum

[Afficher plus](#)

#### Sécurité et logement

Détecteur de monoxyde de carbone

Détecteur de fumée

[Plus d'informations](#)



### Appartement 2 Chambres - Luxe - Carré d'or - Plage

29 nov. - 1 déc. · 3 voyageurs

12 Rue du Congrès, 06000 Nice, France

Total 312,21 €

Code de réservation HMZ9FJWAF3



Mode hôte

## Bonjour Mathieu ! Nice : vous recherchez des suggestions d'activités ?

Voici quelques-uns des événements et activités qui se déroulent pendant votre voyage. Découvrez des excursions uniques, des cours de cuisine et bien plus encore.



★ 4,98 (695)  
❤️⭐ Visite du Vieux-Nice et Colline du Château ⭐⭐  
À partir de 29 € par personne



★ 4,98 (137)  
Secrets et histoires du Vieux Nice  
À partir de 15 € par personne



★ 4,87 (61)  
City tour de Nice à Segway  
À partir de 32 € par personne



★ 4,94 (32)  
Balade dans le vieux Nice, la colline et le parc du château  
À partir de 29 € par personne



★ 4,94 (51)  
Balade insolite en Segway à Nice  
À partir de 55 € par personne



★ 4,87 (206)  
Découverte sur le littoral azuréen  
À partir de 42 € par personne



★ 4,93 (80)  
Atelier de création de parfum sur mesure  
À partir de 89 € par personne



★ 5,0 (13)  
Visite en trottinette Electrique à Nice Les Incontournables  
À partir de 30 € par personne



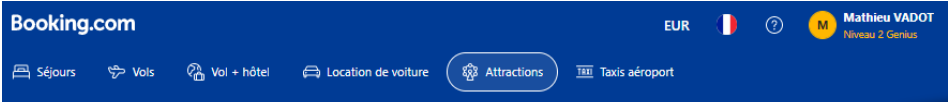
★ 4,97 (62)  
Tour de France des vins : dégustation  
À partir de 58 € par personne



★ 5,0 (4)  
Goûtez la cuisine et le vin locaux  
À partir de 68 € par personne

[en aparté]

# Booking s'appuie sur des distributeurs pour proposer une offre d'activités de loisirs (affiliation).



Accueil > Nice > Attractions

## Attractions de Nice

161 expériences

Sélectionnez vos dates

Rechercher

**Filtrer**

Catégorie

- Visites touristiques (141)
- Activités (17)
- Locations (3)

Tarif

- € 0 - € 20 (8)
- € 20 - € 40 (14)
- € 40 - € 75 (39)
- € 75 - € 125 (33)
- € 125+ (67)

Autres

- Annulation gratuite (137)

Ville

- Nice (114)
- Cannes (30)
- Antibes (5)
- Villefranche-sur-Mer (4)

Voir plus

Nos préférés Les plus populaires Tarif le plus bas

Nice

### Excursion d'une journée sur la Côte d'Azur depuis Nice

Une excursion d'une journée pour découvrir Cannes et divers villages le long de la Côte d'Azur.

Durée : 9 heures

Approuvé par 94 % des visiteurs d'après 95 commentaires

Publié sur Booking.com

Annulation gratuite disponible

À partir de € 65

Voir les disponibilités >

Nice **Attraction phare**

### Visite touristique en bus à montée et descente libres

Pass 1 jour pour explorer la ville et ses principales attractions

Approuvé par 71 % des visiteurs d'après 34 commentaires

Publié sur Booking.com

À partir de € 23

Voir les disponibilités >

Nice

### Visite d'Èze, de Monaco et de Monte-Carlo

Une visite guidée d'Èze, de Monaco et de Monte-Carlo depuis Nice

Durée : 9 heures

Approuvé par 94 % des visiteurs d'après 17 commentaires

Publié sur Booking.com

Annulation gratuite disponible

À partir de € 60

Voir les disponibilités >

Nice

### Petit-déjeuner français

Un petit-déjeuner français moderne fait maison

Annulation gratuite disponible

À partir de € 46

Nice

### Visite guidée de Fragonard Parfumeur

Une expérience olfactive pour découvrir les parfums et cosmétiques de la marque

Durée : 45 minutes

Annulation gratuite disponible

À partir de € 26,60

Nice

### Location d'une trottinette électrique

Explorez les sites incontournables de Nice en trottinette électrique jusqu'à 2 jours maximum

Durée : 48 heures

Annulation gratuite disponible

À partir de € 19

Voir les disponibilités >

Nice

### Petit-déjeuner français

Un petit-déjeuner français moderne

À partir de € 46

Nice

### Visite des vins de Provence avec dégustations de vins et déjeuner

Découvrez des vignobles pittoresques dans la région viticole de Provence

À partir de € 390

Voir les disponibilités >

Confirmation instantanée

Non remboursable

Langues

Anglais - Services d'un guide

Nombre de billets

Adulte (de 16 à 99 ans) € 46

Total € 46

Souvent

Booking.com

Séjours Vols Vol + hôtel Location de voiture Attractions Taxis aéroport

Options des sites

Étape 1 sur 2

### Petit-déjeuner français

Vos informations

Prénoms \*  
Mathieu  
Nom \*  
VADOT

Adresse e-mail \*  
vadot@marketing-tourisme.net

Confirmation l'adresse e-mail \*

Informations supplémentaires

Delicious By Emma, le prestataire de l'attraction, a des quelques informations supplémentaires pour finaliser la réservation.

Spécial requirements

Conditions d'annulation

Vous pouvez annuler gratuitement jusqu'à 24 heures avant la réservation.

E-billet

Imprimez les billets chez vous ou montrez-les sur votre smartphone.

Souvent

Booking.com

Séjours Vols Vol + hôtel Location de voiture Attractions Taxis aéroport

Vos informations

Étape 2 sur 2

### Vérifiez et payez

Comment souhaitez-vous payer ?

Nouvelle carte  PayPal

Nouvelle carte

PayPal

Nom du titulaire de la carte \*  
Mathieu VADOT

Numéro de carte \*

Date d'expiration \* CVC \*  
MM / AA

Enregistrer la carte pour de prochains achats

1 x Petit-déjeuner français moderne  
1 x Adulte (de 16 à 99 ans) € 46  
Montant total € 46

Payer maintenant

### À savoir

En terminant une réservation, vous acceptez les conditions générales d'utilisation suivantes :

Booking.com  
Conditions générales d'utilisation  
Charte de confidentialité

Viator  
Conditions générales d'utilisation  
Charte de confidentialité

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2023



Le tourisme est une économie de l'expérience. L'offre ne suffit plus.



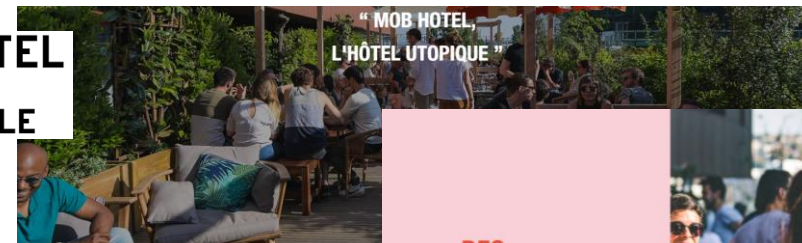
L'open House : le meilleur de la location privée, de l'auberge de jeunesse et de l'hôtellerie



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



MOB HOTEL  
— OF —  
THE PEOPLE



DES  
EXTÉRIEURS  
À VIVRE







## La recherche d'expériences devient même La priorité du voyage...



**Le nombre de cabanes en France a doublé depuis 2015, et le secteur connaît une croissance de 20% par an.**

(Source : [UnicStay](#) -Abracadaroom)





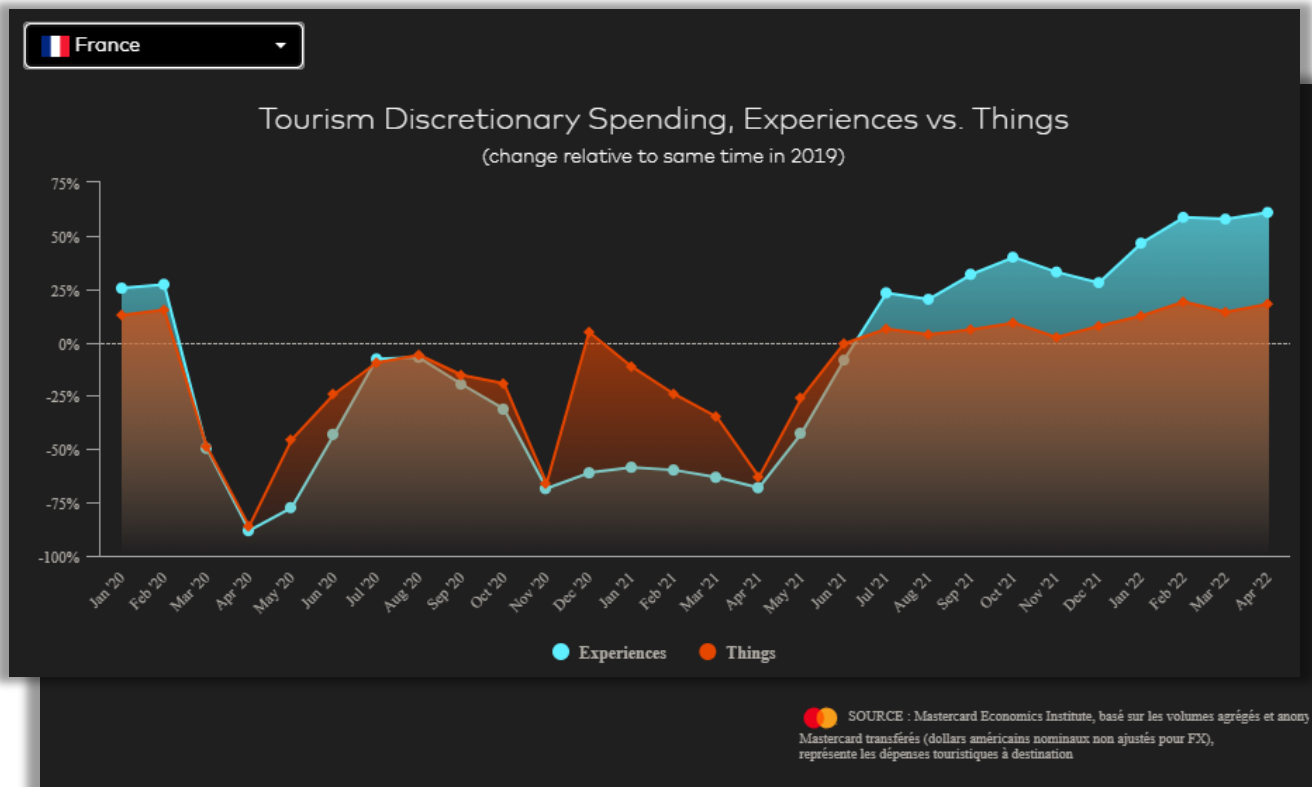
[En complément]

## La quête de l'expérience en vacances, toujours plus importante.

Tendance mondiale observée :

« Les voyageurs recherchent des expériences en vacances plutôt que des souvenirs »

Les dépenses touristiques consacrées aux « expériences » sont supérieures d'environ 34 % aux niveaux de 2019 et ont dépassé les dépenses consacrées aux « choses » depuis juillet 2021 (Source : [Mastercard's 2022 Travel Trends Report](#))



- + 72 % de dépenses dans les bars et les discothèques.
- + 31 % de dépenses dans les restaurants sont supérieures de
- + 35 % de dépenses pour les parcs d'attractions, les musées, les concerts et autres activités récréatives.
- En comparaison, les dépenses des touristes en vêtements, grands magasins, cosmétiques et autres catégories de vente au détail sont en baisse par rapport à 2019 ».

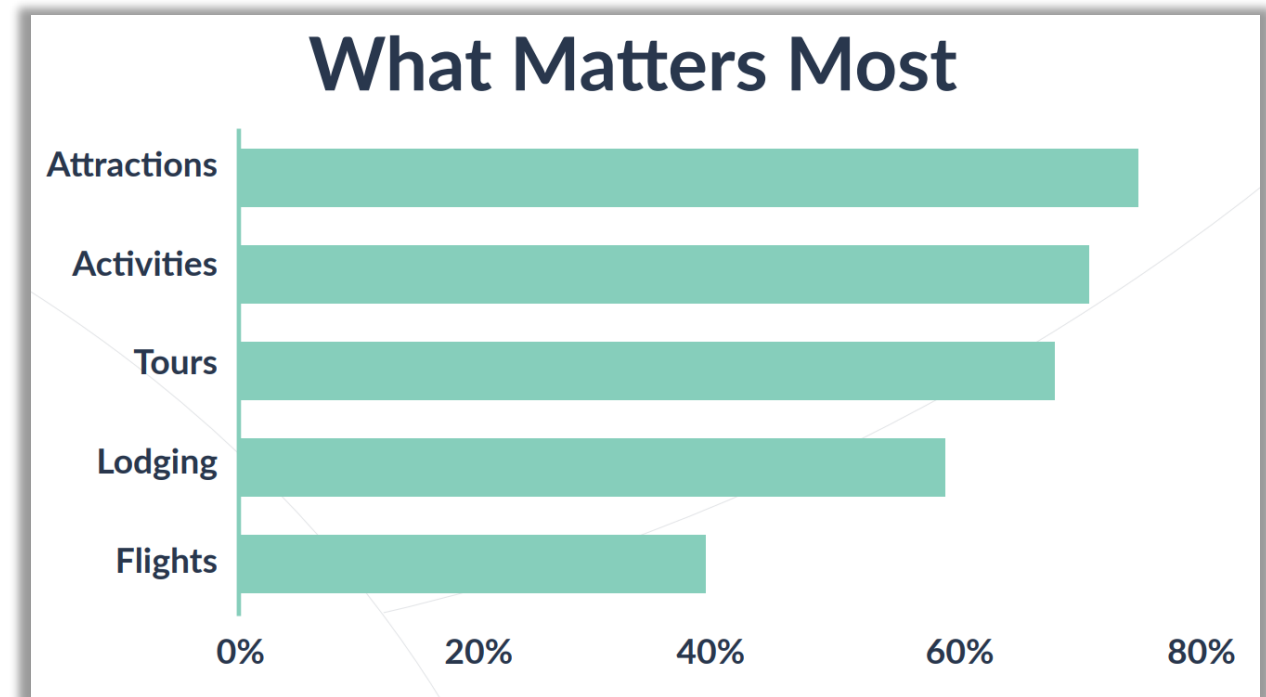
[En complément]

## L'enjeu de la lisibilité et de l'accessibilité commerciale (en ligne) des loisirs.

- Intérêt convergent pour l'habitant et visiteur
- Matière première de l'expérience sur un territoire
- Source d'attractivité et de valeurs ajoutée dans le service pour les DMO (OT en particulier).

Experiences are at the center of travel,  
and driving destination selection.

© Copyright Arival LLC 2022 All Rights Reserved



## La recherche d'expériences devient La priorité du voyage...

... avec un intérêt marqué pour l'itinérance...



En France, entre mars 2021 et mars 2022, + 28,86 % de vans et fourgons neufs immatriculés par rapport aux douze mois précédents.

...et aurait même tendance à se radicaliser.



Près de la moitié des Français souhaitent que leurs expériences de voyage leur procurent une **sensation de retour aux sources** et recherchent des vacances « **hors réseau** » pour échapper à la réalité, **se déconnecter et tenter de vivre avec le strict nécessaire** . Parmi eux, **50 % pensent que les voyages comme une opportunité d'acquérir des compétences de survie**, voire se préparer à l'apocalypse (32 %). (Source – [enquête Booking](#))



[en aparté]



The screenshot shows a mobile website interface for 'Grand Hotel COQ CALIFORNIA'. At the top, there is a navigation bar with a menu icon, the 'COQ' logo, and a reservation bar with time slots (09h, 10h, 13h, 16h, 19h, 22h) and a 'RÉSERVER' button. The main image shows the back of a white van with its interior converted into a bedroom with a man reading. To the right, a woman is sitting at a table under a canopy, reading. The text 'GRAND HOTEL COQ CALIFORNIA' is overlaid in large white letters. In the bottom left, there is a circular call-to-action button with the text 'GRAND HOTEL COQ CALIFORNIA' and 'DÉCOUVRIR'. In the bottom right, there is a smaller image of the van with a 'COQ' logo and a 'GRAND HOTEL COQ CALIFORNIA' badge. A 'COQ' logo with three stars is also visible in the bottom center.

## Le Grand Hôtel C.O.Q. propose deux Grand California de Volkswagen aménagés.

Ces 2 « chambres mobiles » sont vendues en tant qu'expériences grâce à 4 parcours thématiques au choix :

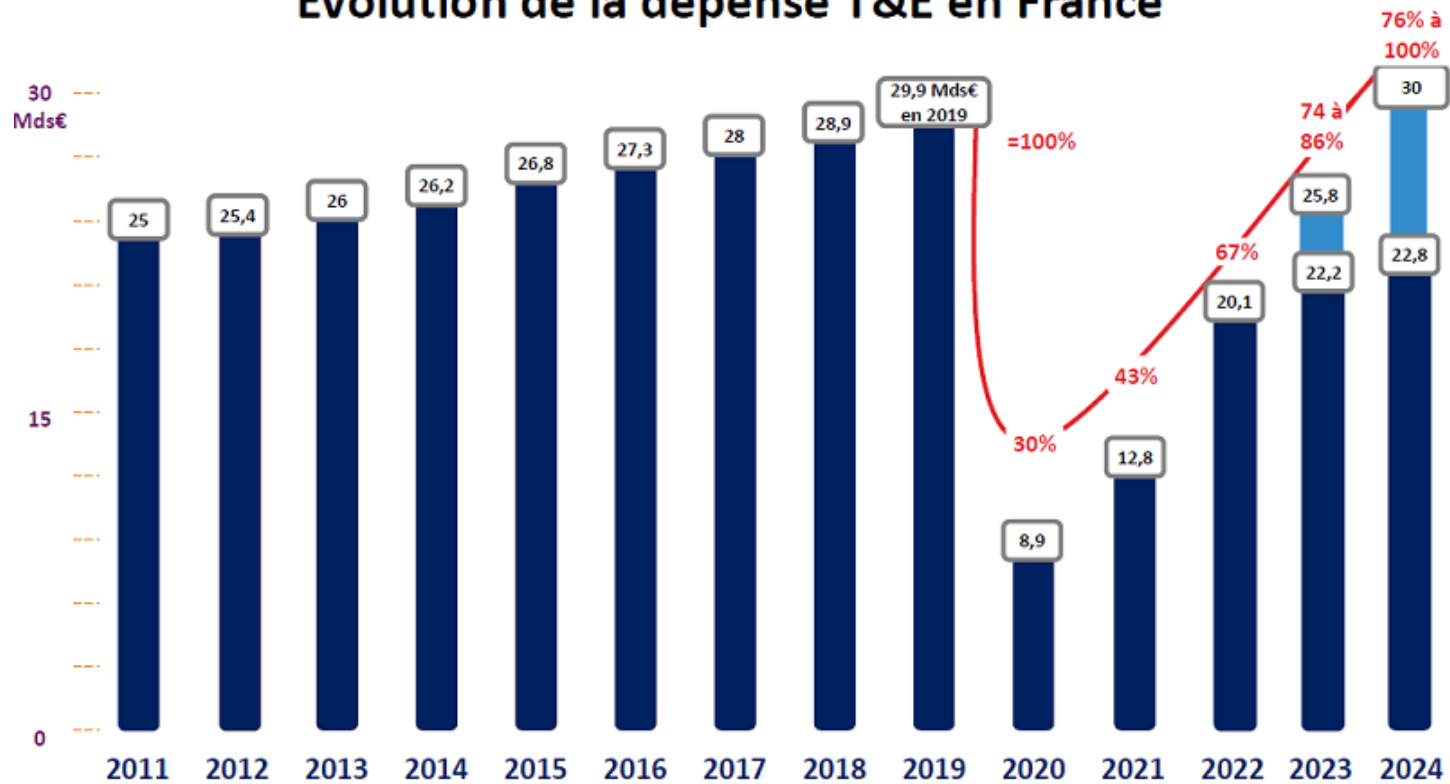
- « Au Cœur des Vignes » dans les Yvelines avec la Winerie Parisienne
- « La Vie de Château » dans celui de Sassy en Normandie
- « Champagne en Folie » pour découvrir les caves Taittinger
- « Golf Privé » pour les sportifs, qui auront le privilège de pouvoir passer la nuit directement sur le green sans se soucier du lieu de stationnement.

« À bord, l'expérience est pensée jusqu'au bout avec des cocktails du Bar 1802, des mets pré-cuisinés du restaurant Le Grand Dictionnaire, un barbecue Cookut, un apéro Funky Veggie, un café blend COQ, une sélection de thé Kodama, des produits bien être Respire, des tapis et cours de Yoga BAYA ».



**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.



## #Workation #Télétravel #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 >](#)

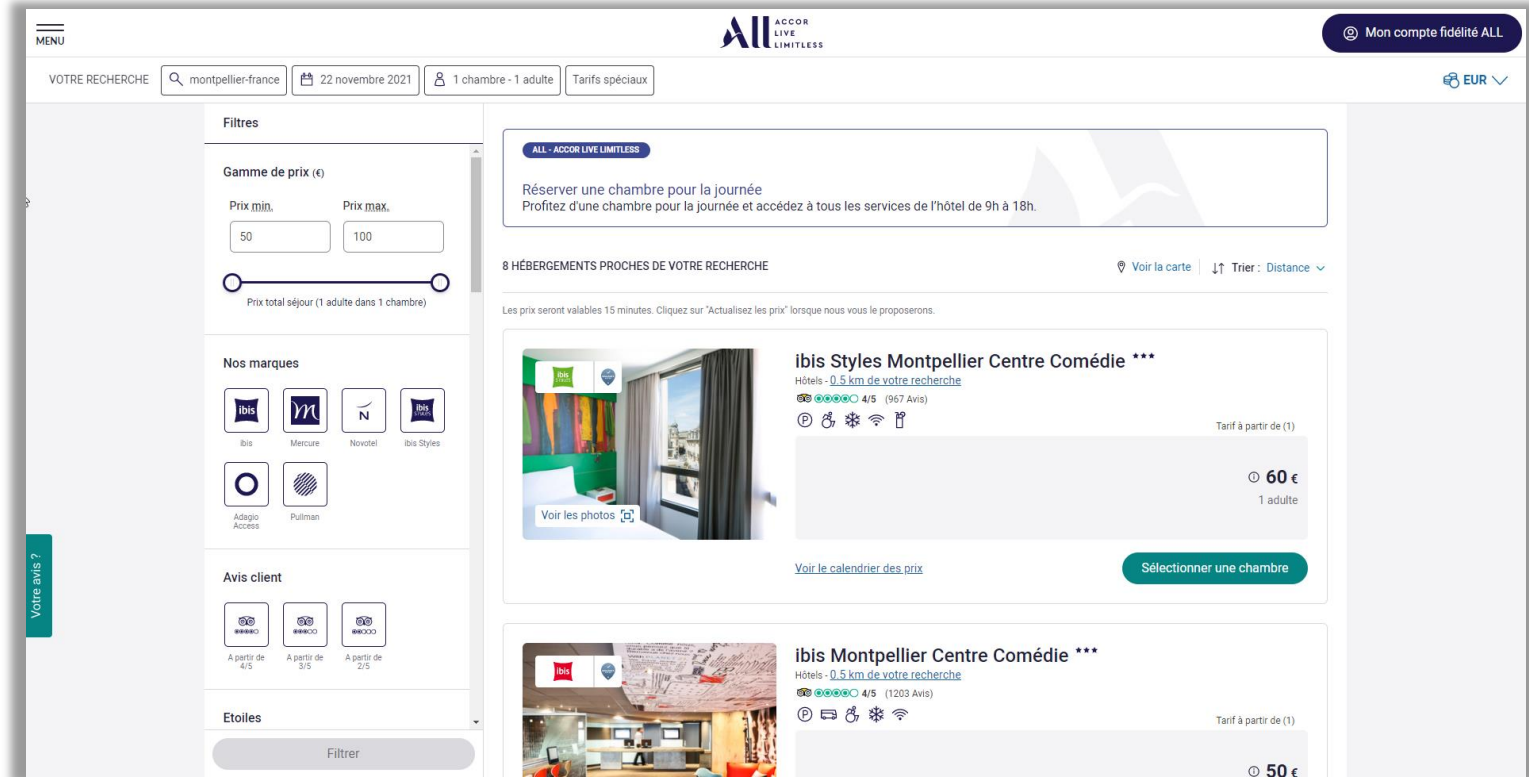


#### The Great Relocate 29+ Nights

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 a search interface for Montpellier-France on November 22, 2021, for 1 room and 1 adult. The results list 8 accommodations, with the top one being **ibis Styles Montpellier Centre Comédie \*\*\***. The price for 1 adult is 60€.

**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 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, PRIVILIGIER 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](http://www.stationverte.com) #stationverte





- 72 % des voyageurs français confirment l'importance pour eux de voyager de manière durable\*.
- 43 % d'entre eux déclarent que les actualités liées au changement climatique les ont inspirées à choisir des voyages plus durables\*.
- 25 % des Français révèlent qu'ils ont préféré voyager en basse saison pour éviter le tourisme de masse\*.
- Près d'un quart (24 %) des voyageurs expliquent qu'ils ont choisi une destination plus proche de leur domicile pour réduire leur empreinte carbone au cours des 12 derniers mois\*.

## 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\*.**

Les raisons de ce choix varient :

- 32 % souhaitent réduire leur impact sur l'environnement.
- 22 % d'entre eux étaient à la recherche d'une expérience plus locale et authentique.
- 23 % des Français estiment que les établissements durables ont un meilleur impact sur la communauté locale.

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 30 314 personnes réparties dans 32 pays](#) en 2022)

[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

The screenshot shows a Booking.com listing for a property in Balazuc, France. The listing includes a title, a rating of 9.5, and a 'Mesures Voyage Durable' badge. A pop-up window titled 'Mesures Voyage Durable' lists various sustainable practices implemented by the property, categorized into Déchets, Énergie et gaz à effet de serre, Destination et communauté locale, Eau, and Nature.

**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 :

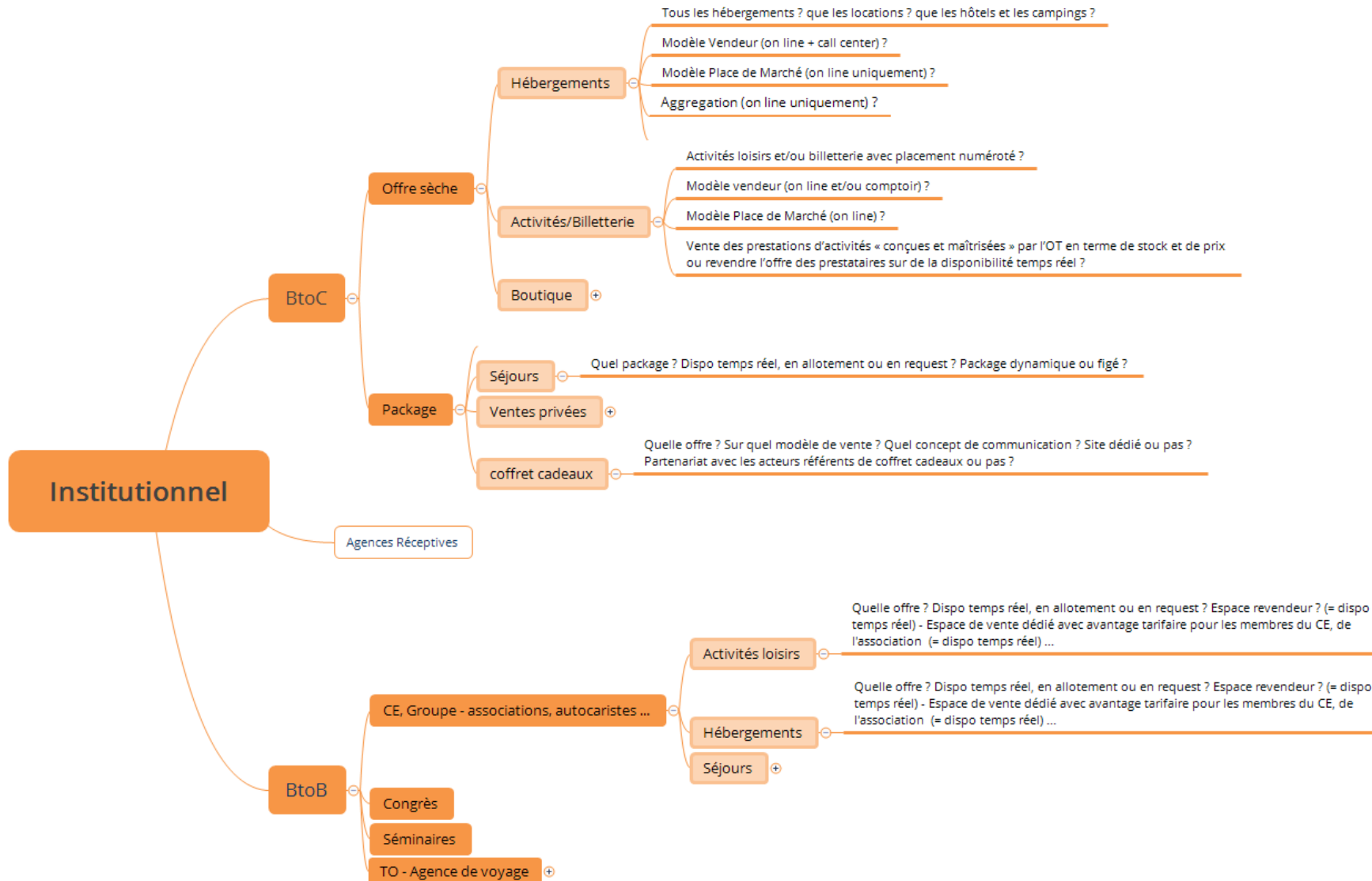
1. Auto-déclaration de l'établissement.
2. Questionnaire aux clients, pour vérifier s'ils ont pu constater la mise en place effective de certaines mesures lors de leur séjour.
3. Contrôles aléatoires de société d'audit tierce qui contactent par e-mail les établissements pour leur demander de fournir 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)

Quels rôles pour les acteurs institutionnels  
dans ce contexte ?

-

Où se situe la valeur ajoutée ?

# Quelle(s) stratégie(s) possible(s) pour les destinations ?



## Modèles stratégiques possibles



Qu'attendent réellement les prestataires touristiques  
des Destinations en matière de commercialisation ?

...

# Attentes des prestataires vis-à-vis des Destinations [Vision Mathieu VADOT]

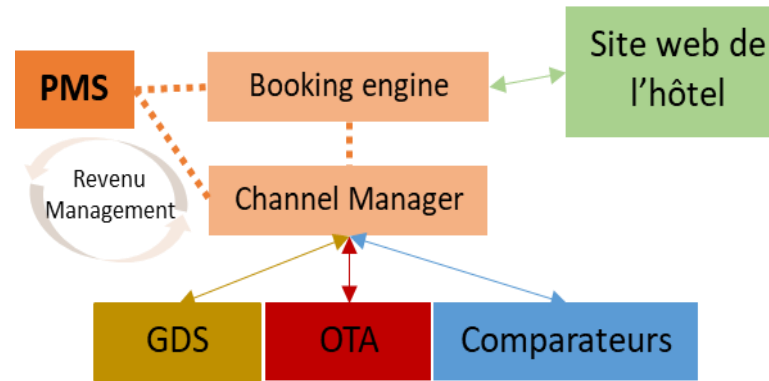


L'Hôtellerie

Pas contre une commercialisation par l'institutionnel.

Mais moins cher que Booking et aussi efficace 😊

Avec le minium de contraintes...



L'HPA

Pas intéressé par une commercialisation par l'institutionnel (et par tout autre intermédiaire).

Attend de l'institutionnel de la promo de destination et de l'apport de trafic qualifié sur son site web.

En principe, assez ouvert pour participer à des opérations marketing « hors saison ».

Peut attendre également de l'institutionnel des actions de professionnalisation (si indépendant).



Les Locations de vacances.

### 3 profils différents :

- Les « bons » qui se débrouillent bien avec Airbnb, Abritel, Booking & Co et qui attendent potentiellement de l'aide pour se professionnaliser et surtout de la promo de destination, des événements (attractivité).
- Les « moins bons » qui attendent des résas de leur OT/ADT et qui ont beaucoup de difficulté à gérer eux-mêmes leur commercialisation.
- Les résidences secondaires qui pourraient être intéressées par une commercialisation mais avec du service de conciergerie (check-in, check-out, ménage ...).



Les activités  
et sites  
touristiques

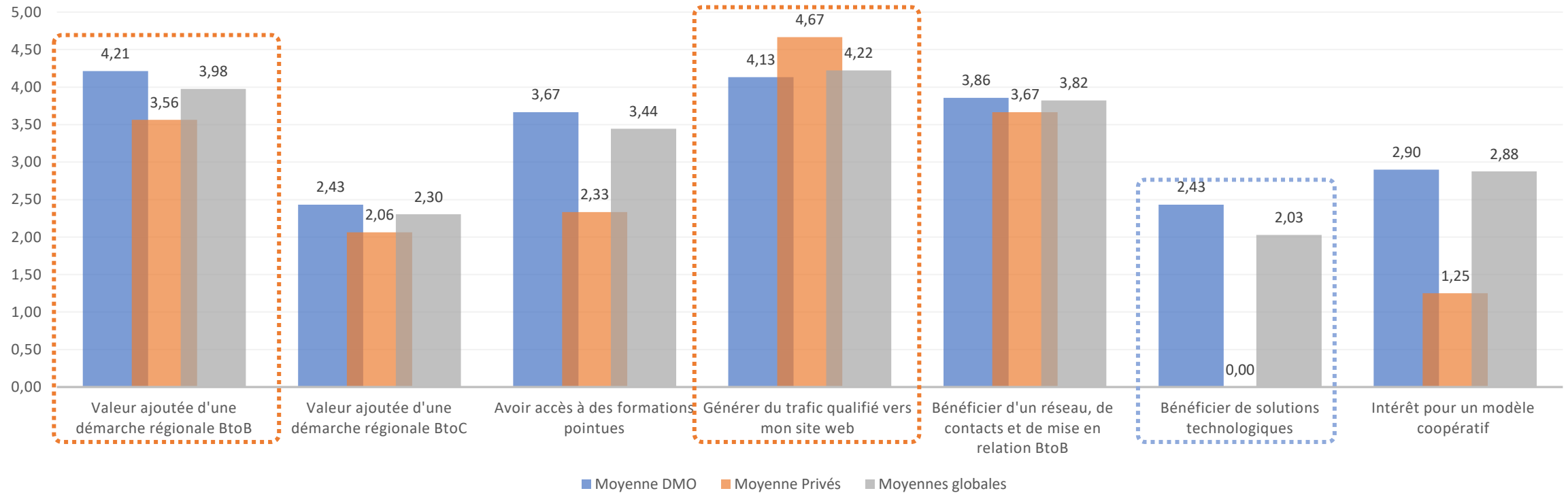
**Intéressé par une commercialisation par l'institutionnel, l'OT en particulier** qui peut être un acteur de 1<sup>er</sup> plan.

Peu de disponibilité en saison pour gérer une distribution tierce.

Problématiques de commercialisation très variées et parfois très complexes (stock, ressources, dispo, contrôle d'accès, placement numéroté, etc. ...)

En plein questionnement sur le passage à la vente en ligne (si ce n'est déjà fait) > *problématique de connectivité pour l'accès aux dispo vs besoins fonctionnels...*

## Perception des opérateurs DMO vs Privés – [Phase 3]



- La valeur ajoutée du CRT sur le sujet de la commercialisation est moins perçue par les privés que les DMO.
- L'apport de trafic qualifié fait l'unanimité chez les privés.
- Le fait de bénéficier de solutions technologiques n'est pas une attente des privés tout comme le fait de bénéficier de formations pointues (attention sur ce dernier point la perception des privés « indépendant » est différente).



« Nous reconnaissons les institutionnels comme les experts de leur destination et à ce titre, nous attendons d'eux de nous équiper en contenus sur les activités et évènements à proximité de nos clubs pour mieux commercialiser nos offres ».

### **Belambra.**

#### **Commentaires concernant la commercialisation BtoB**

Sur les groupes l'apport d'affaires des institutionnels et les bénéfiques sont très importants.

#### **Commentaires concernant la commercialisation BtoC :**

Belambra est intéressé par le contenu, l'expertise des institutionnels sur la connaissance de leur destination (les points d'intérêt, les activités à faire à proximité) pour commercialiser des packages avec des activités externes. La partie événementielle sur tout ce qu'il se passe à proximité des clubs est également un atout que Belambra aimerait mettre en avant pour attirer des clients dans la destination.

« Les institutionnels n'ont pas vocation à justifier leur existence, ni à rentrer en concurrence avec leurs partenaires en s'engageant sur le sujet de la distribution ». **Logis.**

#### **Commentaires concernant la commercialisation BtoB**

Le CRT est légitime pour assurer la coordination, la mise en relation entre les entreprises du territoire dont les établissements du Groupe Logis Hôtels pour faciliter les ventes « Groupe », « TO », « Affaires/séminaires ». Nos référents régionaux sont là pour faciliter la mobilisation des adhérents et relayer les actions proposées par le CRT.

#### **Commentaires concernant la commercialisation BtoC :**

Les institutionnels n'ont pas intérêt à s'engager sur la commercialisation des hébergements en BtoC. Ce serait de toute évidence complexe et sans valeur ajoutée en termes de conversions pour nos adhérents. En BtoC, l'enjeu est davantage sur la communication et apport de business direct (apport de trafic qualifié).

L'apposition des logos des marques du Groupe Logis Hôtels sur les hébergements sur les sites des institutionnels (listes SIT) serait une bonne chose. Le fait de pouvoir informer sur nos sites web des évènements et des activités autour de chaque établissement serait aussi très utile pour nous (contenu sur le « Quoi faire sur place »).

« Le rôle des CRT ne se trouve pas dans la commercialisation d'offres. Ce ne serait pas un canal rentable. » **VVF**

### Commentaires concernant la commercialisation « Institutionnelle » en BtoB

Le CRT est légitime grâce à sa capacité de mobilisation des acteurs du territoire.

Les actions BtoB sur des opérations spéciales avec certains territoires ont déjà donné des résultats concrets.

### Commentaires concernant la commercialisation « Institutionnelle » en BtoC :

Favorable à un travail sur le contenu qui permet d'orienter sur la vente (logique d'apporteur de trafic vers les sites des villages vacances).

Besoin de contenu sur les destinations, sur l'agenda et le « quoi faire sur place / sur la destination ». Serait prêt à rediriger les internautes depuis les fiches de ses villages vacances vers du contenu hébergé par le CRT, comme une plateforme de valorisation territoriale recensant les évènements et les activités.

« Les CRT doivent faire la promotion de la destination et non réaliser des ventes. Les budgets doivent se concentrer sur cette promotion pour concurrencer d'autres régions / pays. Ensuite c'est au client de trouver l'hébergement qui lui convient ». **Yelloh! Village**

### Commentaires concernant la commercialisation Régionale en BtoB

Pas utile pour Yelloh!, mais sans doute très pertinent pour d'autres hébergeurs.

### Commentaires concernant la commercialisation Régionale en BtoC :

Aucune valeur ajoutée. La maîtrise de notre commercialisation est dans l'ADN de Yelloh! Ce n'est pas le rôle d'un CRT. Les budgets, les RH, etc. doivent être concentrés sur les actions marketing/communication qui visent à travailler l'attractivité des destinations de l'Occitanie.

En revanche, nous aider à mieux travailler sur le « Quoi faire sur place ?" (autour du camping) pour tout ce qui concerne les activités de loisirs et l'agenda. C'est là que nous avons besoin des acteurs institutionnels.

# Problématiques et zones de valeurs ajoutées sur le sujet de la commercialisation dans une approche « filière ».

# Problématiques et zones de valeurs ajoutées concernant la commercialisation des hébergements

## Enjeux/Problématiques en BtoB



L'Hôtellerie

Capacité à adresser le marché groupe, TO, MICE ... et à fédérer l'offre.

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



L'HPA

Idem hôtellerie.

Offre hétérogène, mais potentiellement bien adapté.

Démarche parfois déjà bien structurée par les chaînes.



Les Locations de vacances.

Idem hôtellerie.

Offre en grande partie peu adaptée à une commercialisation BtoB

## Enjeux/Problématiques en BtoC

Concurrence très forte des OTA.

Taux de conversion faible sur la vente sèche.

Connectivité.

Motivation relative des hôteliers.

Motivation souvent plus que relative des propriétaires de campings.

Concurrence très forte des OTA.

Taux de conversion faible sur la vente sèche.

Connectivité ou nécessité d'accompagnement sur l'équipement en solution de réservation en ligne.

Besoin de professionnalisation important.

## Zones de valeurs ajoutées ?

Commercialisation BtoB.

Apport de trafic qualifié pour favoriser la vente en direct

*>> Enjeu de travailler l'éditorialisation de listes de recommandations d'offres (SEO).*

Commercialisation d'offres **exclusives** (événement, itinérance ...)

Facilitation de la prescription/vente de l'offre d'activités et de billetterie.

Professionnalisation sur le marketing digital, le Home Staging, le pricing, la distribution.

Accompagnement à l'équipement individuel en solution de réservation en ligne



[En complément]

## Éditorialisation de listes de recommandations d'offres :

Présenter l'offre d'hébergement au travers de listes de recommandations éditorialisées qui collent aux besoins/attentes des clientèles (et donc aux requêtes sur Google).

The diagram illustrates the editorialization process. On the left, a menu titled 'HÉBERGEMENTS' lists various accommodation types: Tous les hébergements, Hôtels, Chambres d'hôtes, Campings, Gîtes et locations, Gîtes de groupe, d'étape et de séjour, Villages de gîtes, and Aires de camping-car. A blue arrow points from the 'Gîtes et locations' item to a central grid of six colored boxes labeled 'Item 1' through 'Item 6'. Below the grid is a search bar with the text 'Rechercher votre gîte en fonction de vos dates de séjour' and a search button.

**Page « liste » (édito + SIT + carto) > Top 10 des Gîtes à la campagne pour télétravailler au vert dans ma destination.**

(sélection faite par la destination sur des critères tangibles + travail sur l'édito introductif de la liste de fiches hébergements issue d'une criterisation APIDAE).

**[Page « liste » (édito + SIT + carto) > Top 10 des Gîtes avec jacuzzi pour un séjour LOVE avec son +1.**

(sélection faite par la destination sur des critères tangibles + travail sur l'édito introductif de la liste de fiches hébergements issue d'une criterisation APIDAE).

**Page « liste » (édito + SIT + carto) > Top 10 des Gîtes éco-responsable dans ma destination pour un séjour nature, éco-responsable.**

(sélection faite par la destination sur des critères tangibles + travail sur l'édito introductif de la liste de fiches hébergements issue d'une criterisation APIDAE).

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).

[En complément]

[Exemple d'un produit d'hébergement conçu et commercialisé exclusivement par une destination]

ACCUEIL – OFFICE DE TOURISME GORGES DE L'ARDÈCHE – PONT D'ARC /  
RÉSERVER VOTRE BIVOUAC DANS LES GORGES DE L'ARDÈCHE

# RÉSERVER VOTRE BIVOUAC DANS LES GORGES DE L'ARDÈCHE

**LE BIVOUAC : SEUL MODE  
D'HÉBERGEMENT DANS LA RÉSERVE  
NATURELLE DES GORGES DE L'ARDÈCHE**

Que vous veniez en canoë – kayak, ou à pied, les aires de bivouacs sont les seuls endroits pour passer une nuit dans les Gorges de l'Ardèche. Afin de préserver la Réserve Naturelle, le camping sauvage est interdit.

Vous allez vivre une expérience d'exception : Imaginez... Dormir à la belle étoile en plein coeur d'une réserve naturelle préservée, entouré des falaises imposantes et abruptes des Gorges de l'Ardèche, simplement bercé par le doux bruit de la rivière...

**A MI-PARCOURS DE LA RÉSERVE NATURELLE  
BIVOUAC DE GOURNIER EST OUVERT DU 9  
2 OCTOBRE 2022**

**IMPORTANT :** Il est **obligatoire** de compléter le formulaire une fois le paiement effectué. Sans ces éléments, nous ne pourrions pas finaliser la réservation.

**Eco-participation :** Votre participation sera entièrement reversée au Syndicat de Gestion de l'Ardèche afin de soutenir leurs actions de protection et de valorisation de la biodiversité de la Réserve Naturelle.

**NUIT AU  
BIVOUAC DE  
GOURNIER  
(AVEC OPTION  
LOCATION DE  
MATELAS)**

à partir de  
**10.22 €**

VOIR

**NUIT AU  
BIVOUAC DE  
GOURNIER  
(SANS  
LOCATION DE  
MATELAS)**

à partir de  
**8.22 €**

VOIR

**NUIT AU  
BIVOUAC DE  
GOURNIER  
(AVEC OPTION  
LOCATION DE  
MATELAS ET/OU  
DE TENTE 3  
PERS.)**

à partir de  
**10.22 €**

VOIR

**GORGES de l'Ardèche**

Zone de bivouac composée de prairie et d'arbres, l'installation y est libre. Si vous réservez sur cette zone, il vous faudra apporter votre matériel de camping. Vous pouvez dormir sous la tente, sous une bâche type tarp, en hamac ou à la belle étoile, à vous de choisir !

A partir de **10.22 €**

Quantité Date Heure Extras

**Combien ?**

**ADULTE(S)**  
à partir de 18 ans  
à partir de **8.22 €** **2**

**ADOLESCENT(S)**  
De 10 à 18 ans  
à partir de **8 €** **0**

**ENFANT(S)**  
De 7 à 10 ans  
à partir de **5 €** **0**

**MATELAS AUTOGONFLANT 1 PERS**  
**5 €** **0**

SUIVANT

600 000 € de CA en 2021 !

**GORGES de l'Ardèche**

Zone de bivouac composée de prairie et d'arbres, l'installation y est libre. Si vous réservez sur cette zone, il vous faudra apporter votre matériel de camping. Vous pouvez dormir sous la tente, sous une bâche type tarp, en hamac ou à la belle étoile, à vous de choisir !

A partir de **10.22 €**

Quel jour ?

Mai 2022

						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

COMMENT ÇA MARCHE ?

01 Sélectionnez et réservez votre produit

02 Payez en toute sécurité sur notre plateforme

Extras

**CHOISISSEZ LE MONTANT DE VOTRE ÉCO-CONTRIBUTION**

**1 €** **0**

AJOUTER AU PANIER

Vendu en ligne via Addock et avec l'écosystème de revente (Open Expérience) chez les loueurs de Canoë et autres prestataires d'activités.

# 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).



Les activités  
et sites  
touristiques

## Enjeux/Problématiques en BtoC

Légitimé 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 courte.

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 (ex: Addock) ne peut répondre à tous les besoins.

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

## Zones de valeurs ajoutées ?

### 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.

Organisation de l'information sur le « Quoi faire sur place » intégrant la réservation des activités.

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

Professionalisation et accompagnement à la digitalisation des ventes.

*Merci de votre attention.*