Mathieu VADOT

Consultant Indépendant

www.marketing-tourisme.net

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

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

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 évolutions de la e-distribution du tourisme.

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Etat des lieux…

MARKETING & TOURISME
Audit - Conseil - Appui technique - Formation

8 out of 10

80 % des européens préparent leur vacances sur le web.

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

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Etat des lieux…

MARKETING & TOURISME
Audit - Conseil - Appui technique - Formation

Les hébergements se réservent majoritairement en ligne, les loisirs moins.

Sur 10 500 européens qui ont consommés la France en 2013 …

Type de prestations réservés en ligne en amont d'un séjour :

Prestations	Part des répondants	Nationalité qui réserve le plus
Un hébergement	64,1%	Royaume-Uni
Des billets de train, de bateau, ou d'avion	44,6%	Royaume-Uni et Italie
Un séjour tout compris	13,3%	Allemagne
Une voiture de location	11,4%	Royaume-Uni
Des entrées sur des sites de loisirs, de visite	8,2%	Espagne
Des activités de loisirs	6,9%	France
Des vélos	2,8%	Allemagne

Etude : CRT BRETAGNE - FNCRT 2013

Et on est en 2017 …

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Etat des lieux…

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

Priceline Group → Booking.com, KAYAK, Rentalcars.com, priceline.com, agoda, OpenTable

expedia inc. → Expedia, Hotels.com, trivago, CarRentals.com, HomeAway, Abritel La Famille HomeAway, VacationRentals.com, ORBITZ WORLDWIDE, hotwire, travelocity, venere.com, Expedia Local Expert, Homelidays La Famille HomeAway, FeWo-direkt, VRBO, CLASSIC VACATIONS

airbnb → airbnb

tripadvisor → HOUSE TRIP, Niumba, oyster.com, viator, lafourchette, VirtualTourist, SEATGURU, holidaylettings, FLIPKEY, TravelPod, TINGO

(*Source : Phocuswright)

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

MARKETING & TOURISME
Audit - Conseil - Appui technique - Formation

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

Le top 10 des sites de tourisme en ligne les plus visités en France, sur ordinateur

En moyenne 13,7 millions d'internautes ont consulté, chaque mois, au moins un des sites du top 10 soit plus d'1 internaute sur 4 (28,8%).

Rang	Marques	Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture moyenne (en % de la population internaute)	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Voyages-Sncf.com (B)*	6 650 000	14,0%	481 000
2	Booking.com (B)	5 001 000	10,5%	335 000
3	Airbnb (B)	2 413 000	5,1%	182 000
4	Air France (B)*	2 099 000	4,4%	152 000
5	BlaBlaCar (B)	1 943 000	4,1%	185 000
6	Vente-privee Voyages (C)*	1 692 000	3,6%	134 000
7	Accor Hotels (B)*	1 379 000	2,9%	78 000
8	easyJet (B)	1 242 000	2,6%	73 000
9	Voyage Prive (B)	1 165 000	2,5%	80 000
10	Opodo (B)*	1 147 000	2,4%	58 000

* Sites adhérents à la FEVAD

The audience is clearly overlapping on some categories

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**

79% of travel bookers have visited **Booking.com** site **within 7 days before** visiting a **packages (Traditional Travel Agent) site**

Sites visited by travel bookers **before, before & after** the visit of a particular site (entire period or within 7 days)

HomeLink
Home for Exchange
echangersamaison.com
GusttoGuest
TrocMaison.com
Trampoline
NIGHTSWAPPING

39% DES FRANÇAIS ONT DÉJÀ PRATIQUÉ UNE ACTIVITÉ DE PARTAGE LORS DES VACANCES

Les trois activités les plus pratiquées par les Français tout au long de l'année

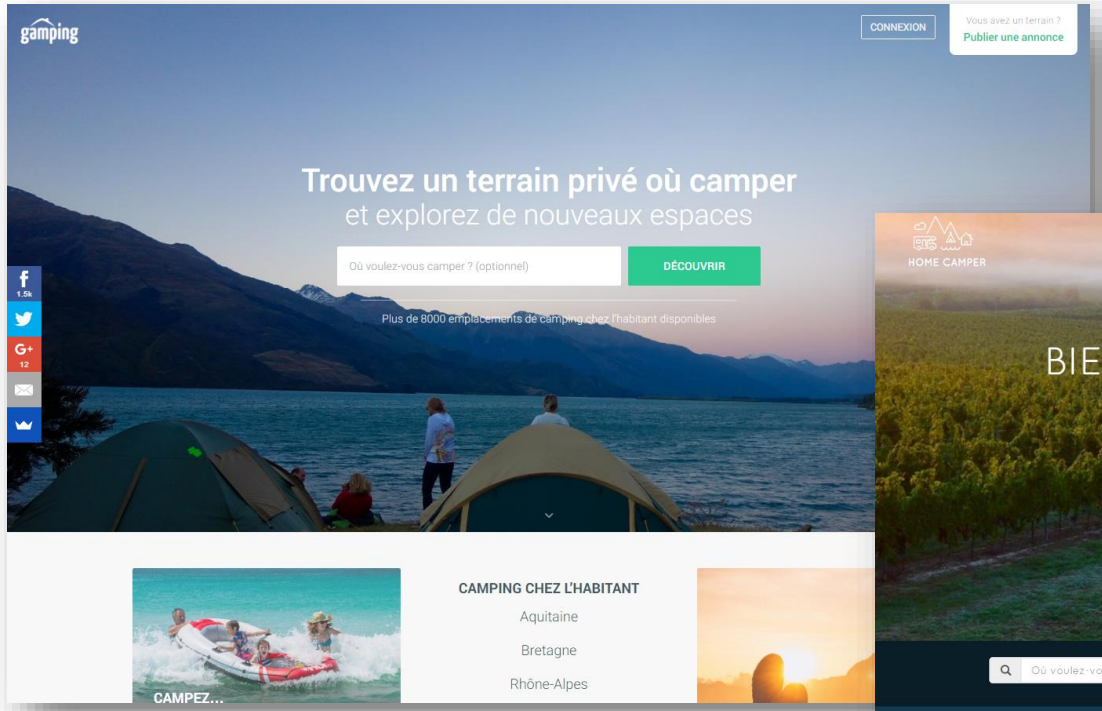
- **15%** PARTAGENT LEUR PROPRE VEHICULE
- **16%** PARTAGENT LE VÉHICULE D'UN PARTICULIER
- **21%** LOUENT UN LOGEMENT À UN PARTICULIER

Pour économiser, 1/4 des Français serait prêt à s'y mettre

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

[en aparté]

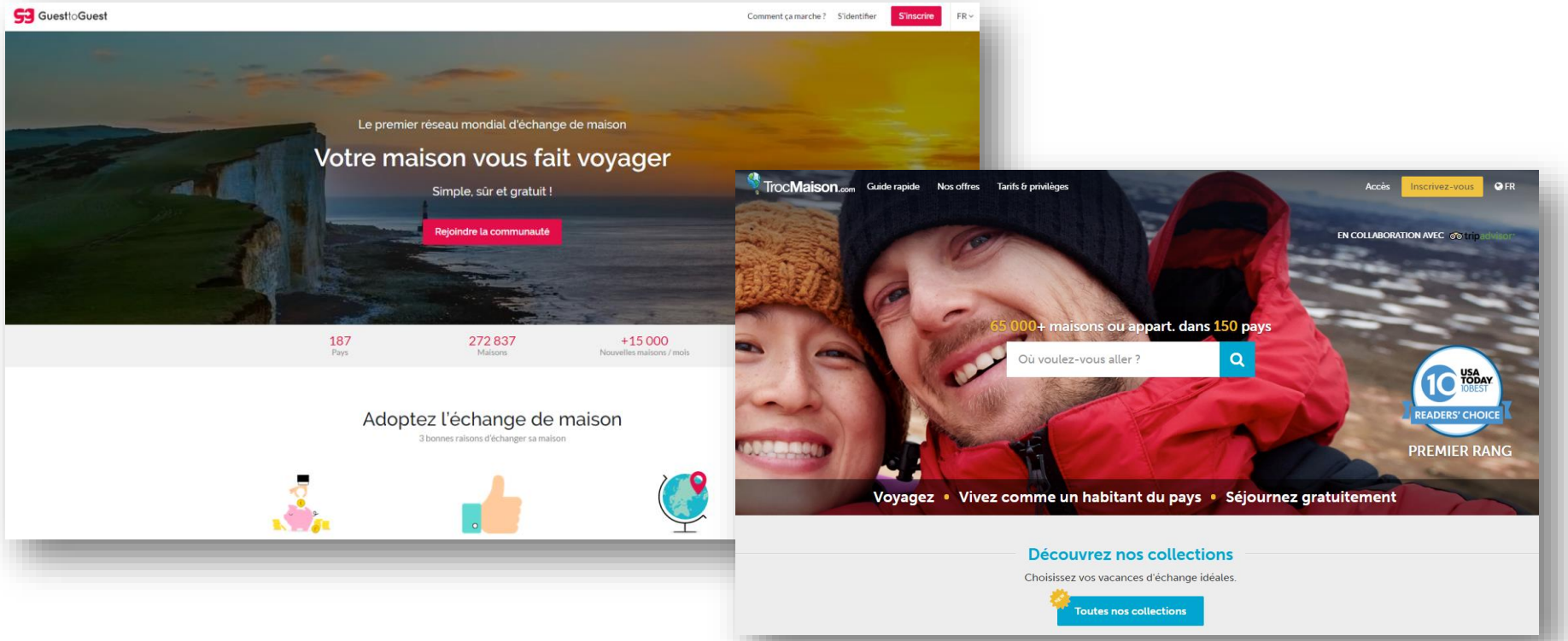
Dans l'HPA aussi l'économie collaborative se développe doucement…



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

[en aparté]

L'échange de maison impacte également de plus en plus l'HPA et bien sûr la filière des locations de vacances …

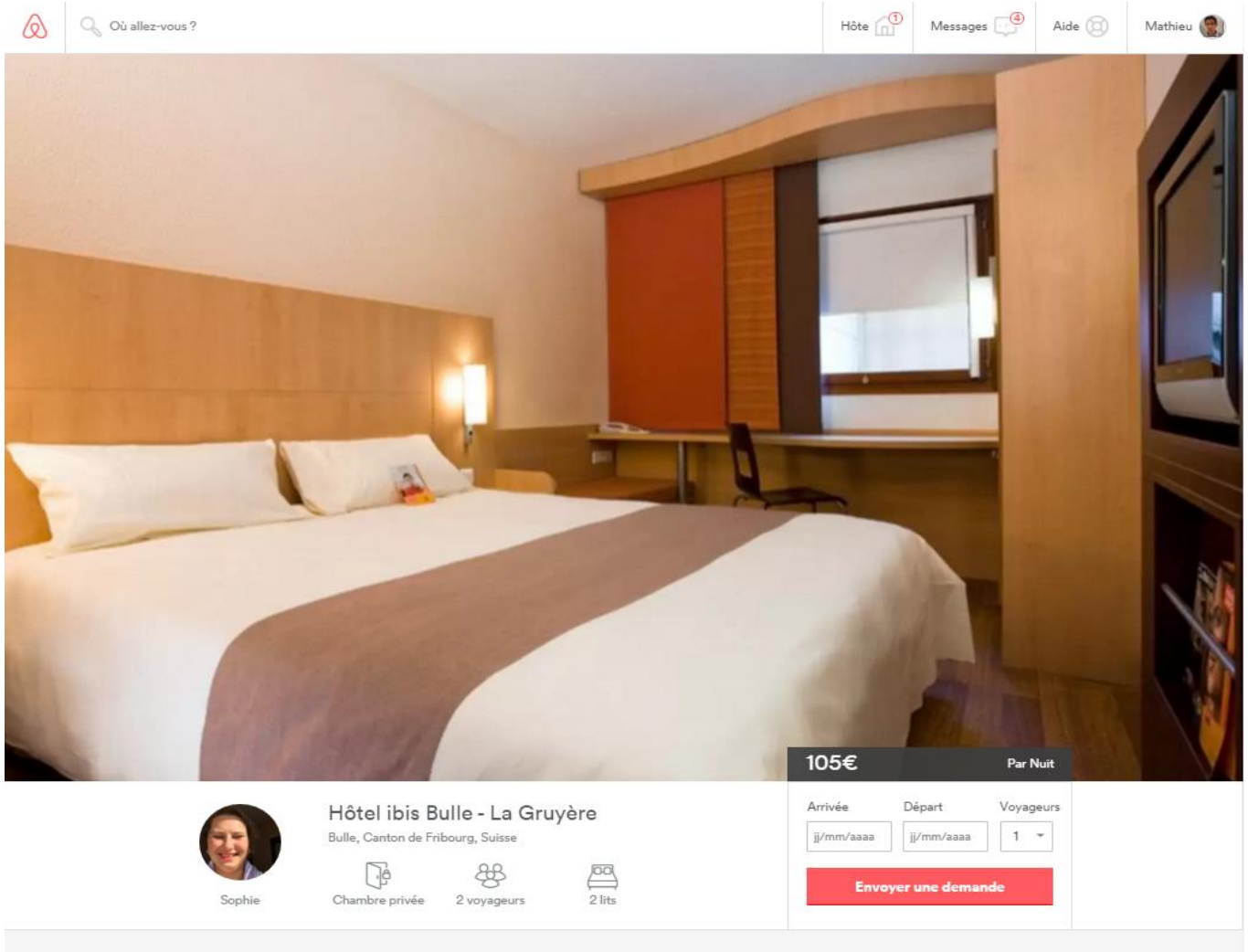


- **Le nombre d'échange sur Homme Exchange (Troc Maison) a augmenté de 430% d'échanges entre 2006 et 2013.**
- **Il y aurais eu 75 000 échanges de maison en 2012 en France** (source)
- **Le nombre d'échange de maison à Paris en 2016 à été multiplié par 2,5* par rapport à 2015** (Source : Guest to Guest)

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Evolution…

La conception de l’hébergement touristique est en mutation…

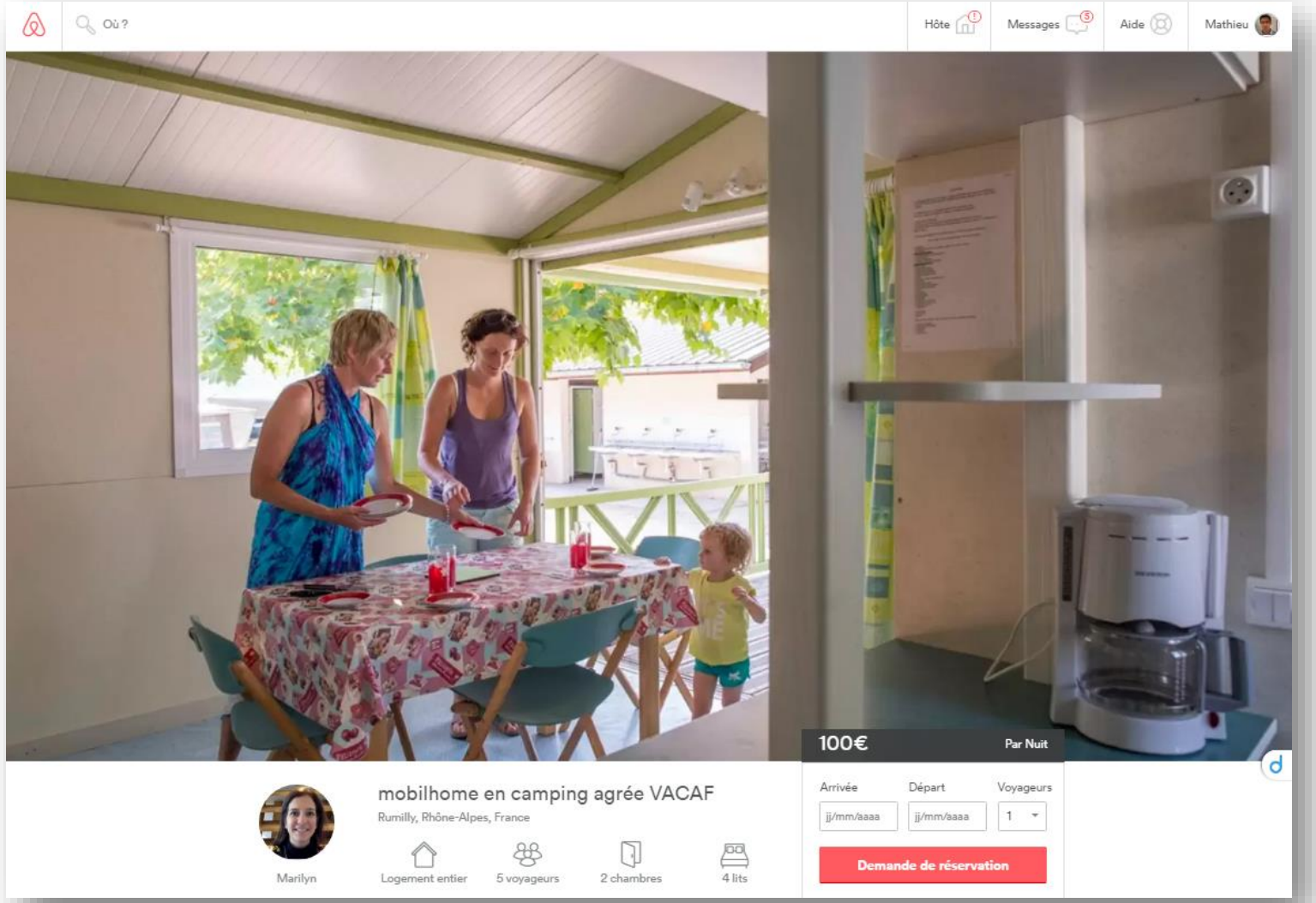


© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Evolution…

MARKETING & TOURISME
Audit - Conseil - Appui technique - Formation

La conception de l'hébergement touristique est en mutation…



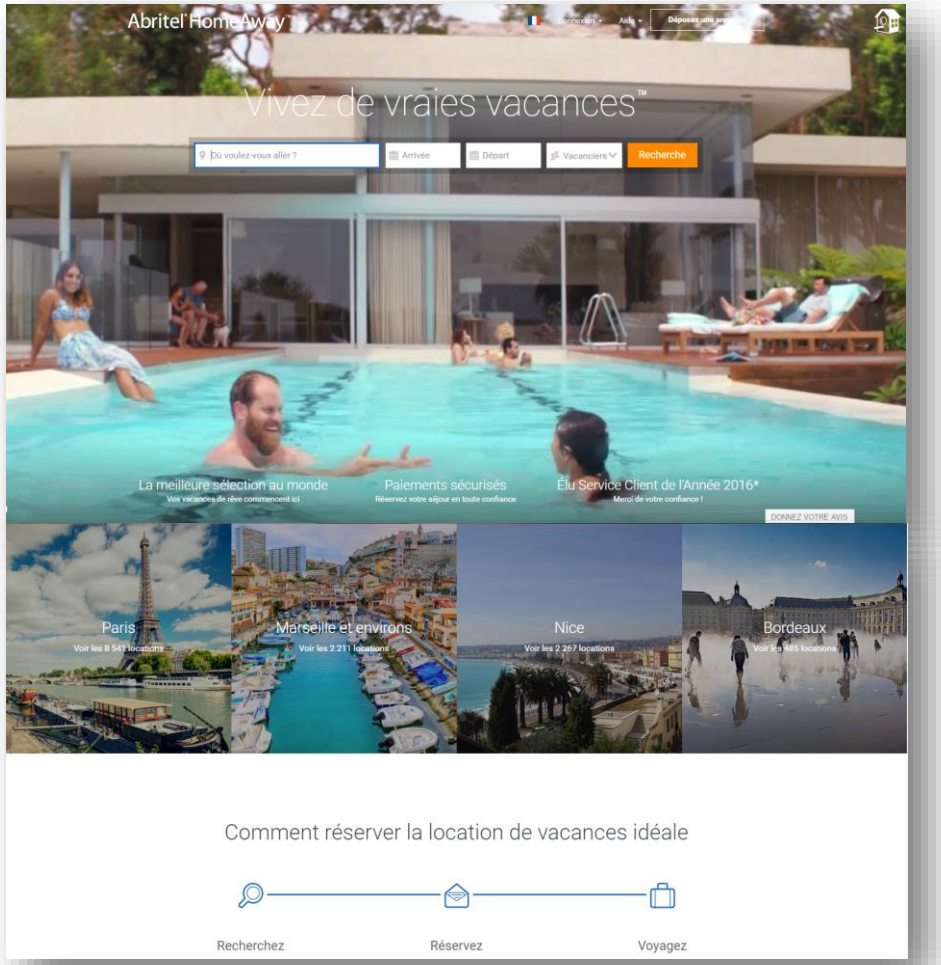
© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Evolution…

Fin 2015 Expédia rachète HomeAway pour 4 milliards de dollars…

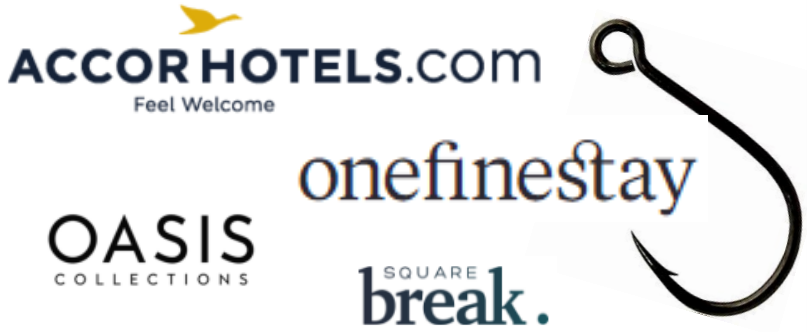
Un rachat qui annonce un nouveau modèle économique pour les sites du groupes, calé sur celui de Airbnb …

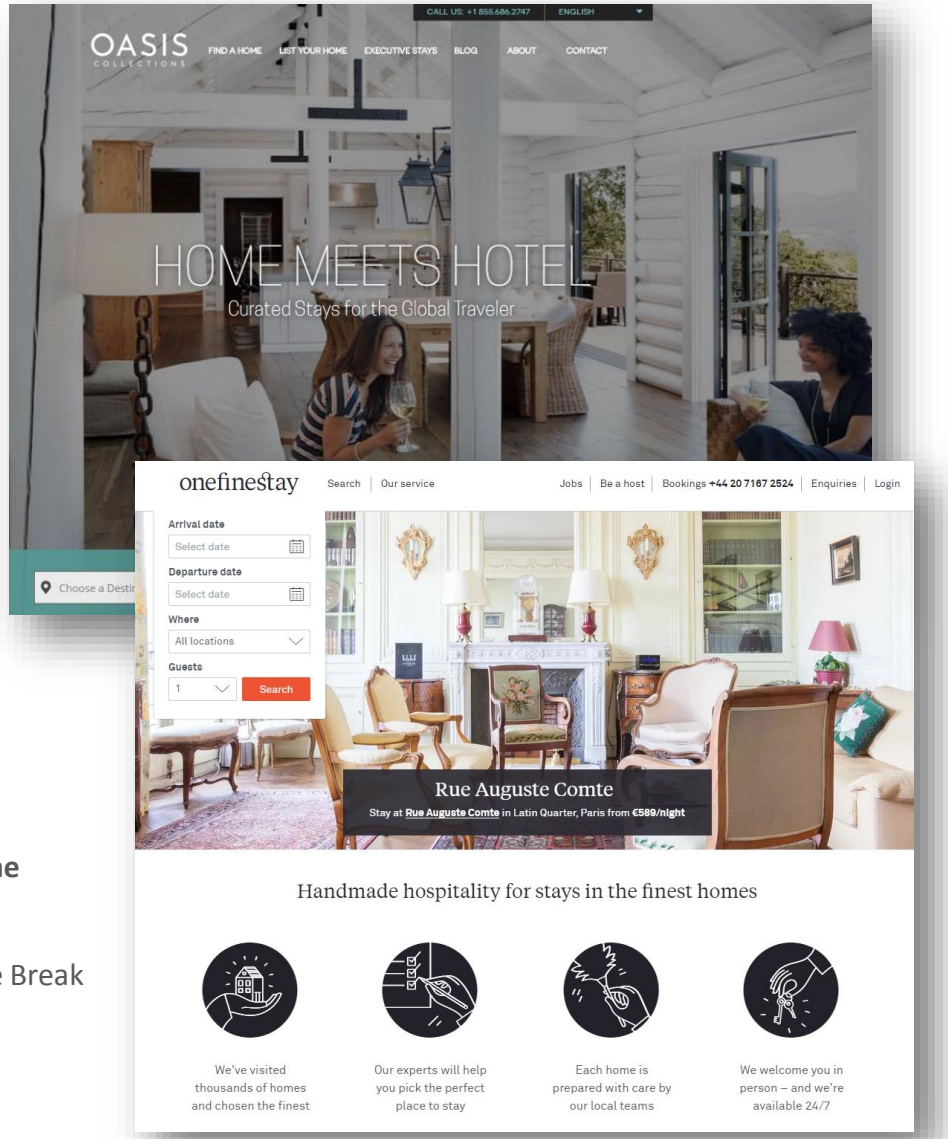
(en d'autres termes, une commission faible sur les ventes coté hébergeur, à priori, 3 % + « frais de gestion » autour de 6 % coté client).



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Evolution…





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.**

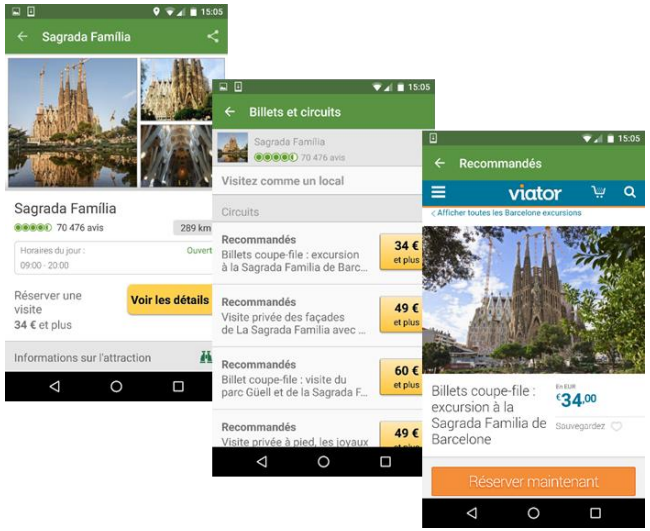
L'offre d'appartements issue de OneFineStay, Oasis Collection et Square Break sera très prochainement distribuée sur Accorhotels.com (plus d'info)

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

MARKETING & TOURISME
Audit - Conseil - Appui technique - Formation

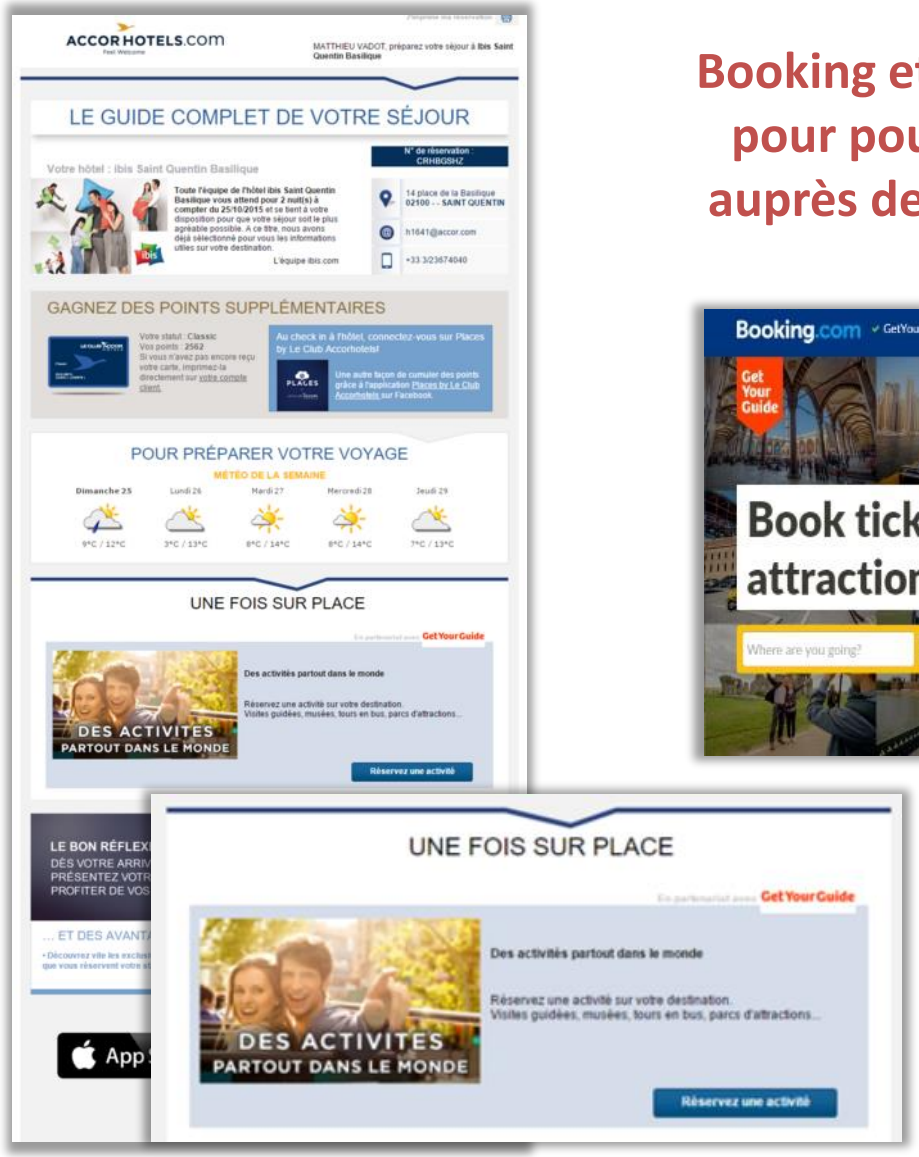
Les OTA qui dominent le marché de l'hébergement et du transport s'intéressent fortement à la distribution des activités et des loisirs …

"We believe that capturing only single-digit market share will enable **attractions** to become **our next billion-dollar revenue business**"
(Source: Skift – 2016)



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Prospective…



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

Expedia Local Expert

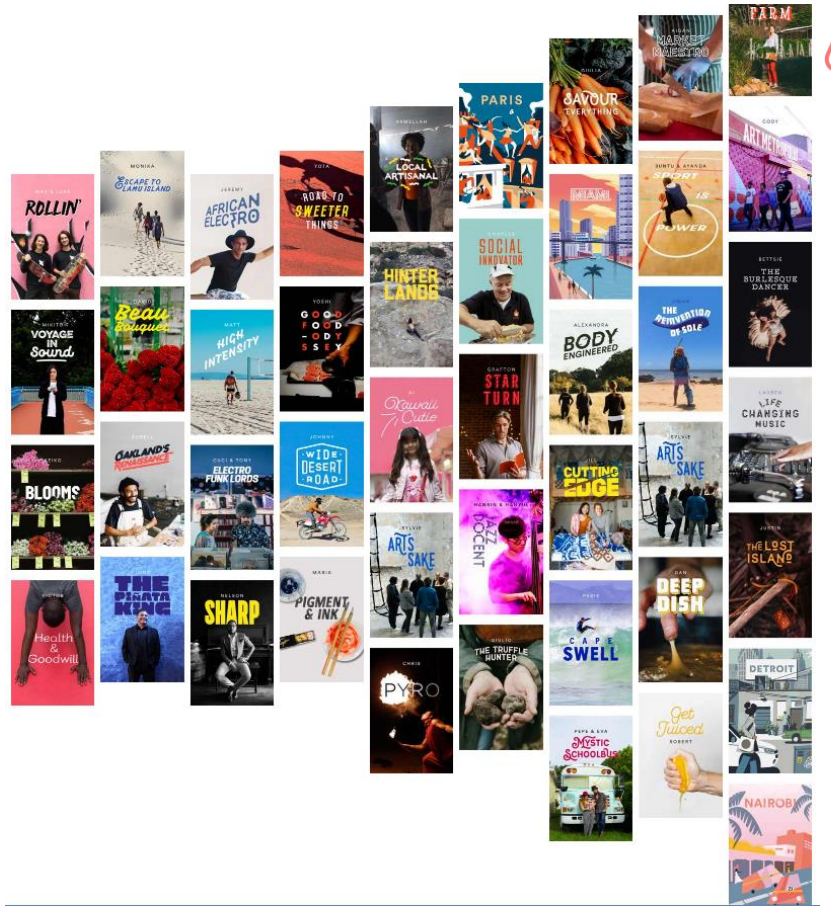
Idem pour Expédia qui développe son offre de loisirs

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Prospective…

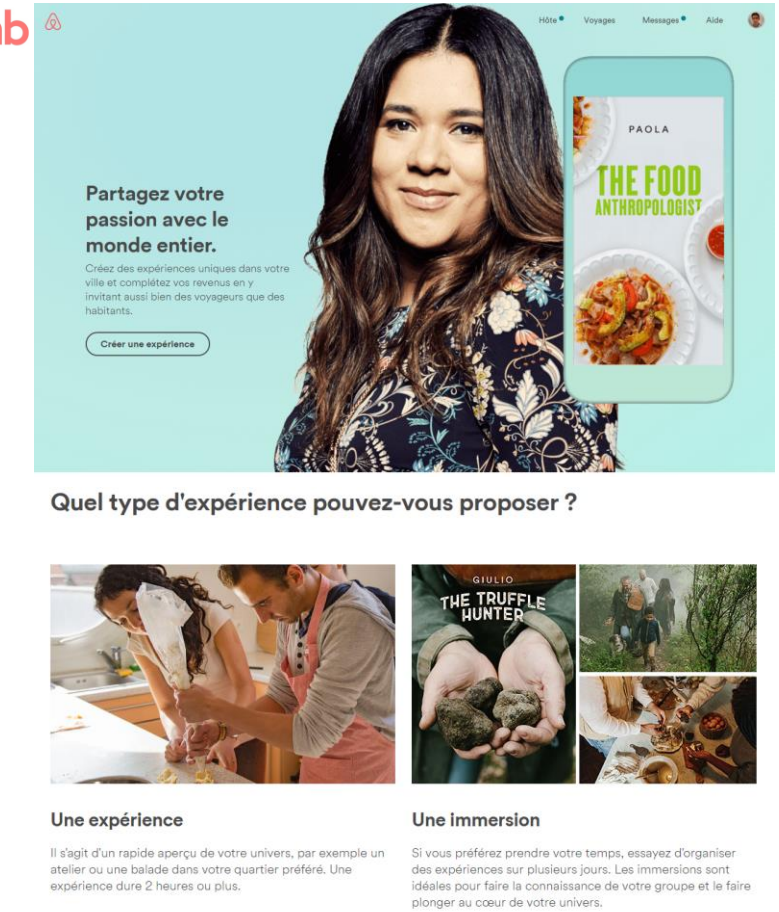
Et Airbnb … qui sera peut-être le plus redoutable sur ce créneau… car disrupteur.

[coté client]



airbnb

[coté offreur]

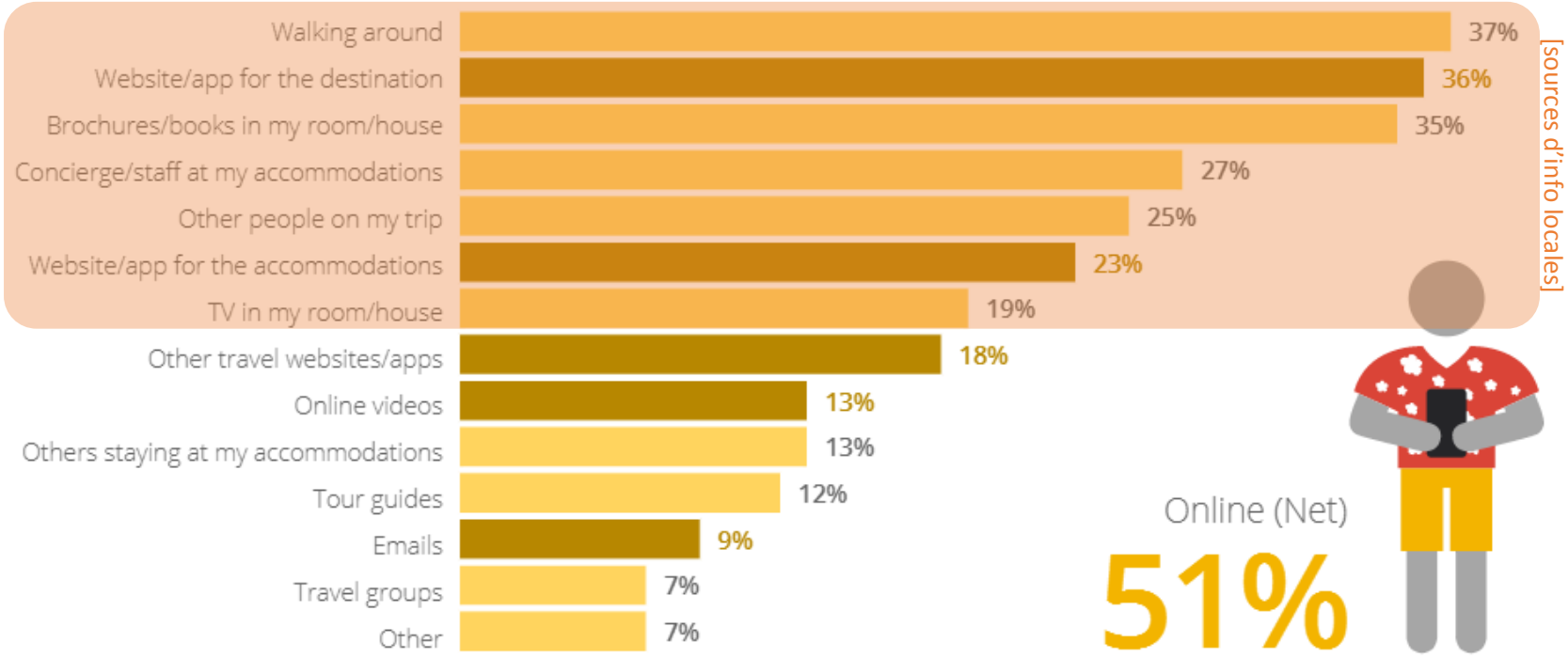


© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

[en aparté]

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 !

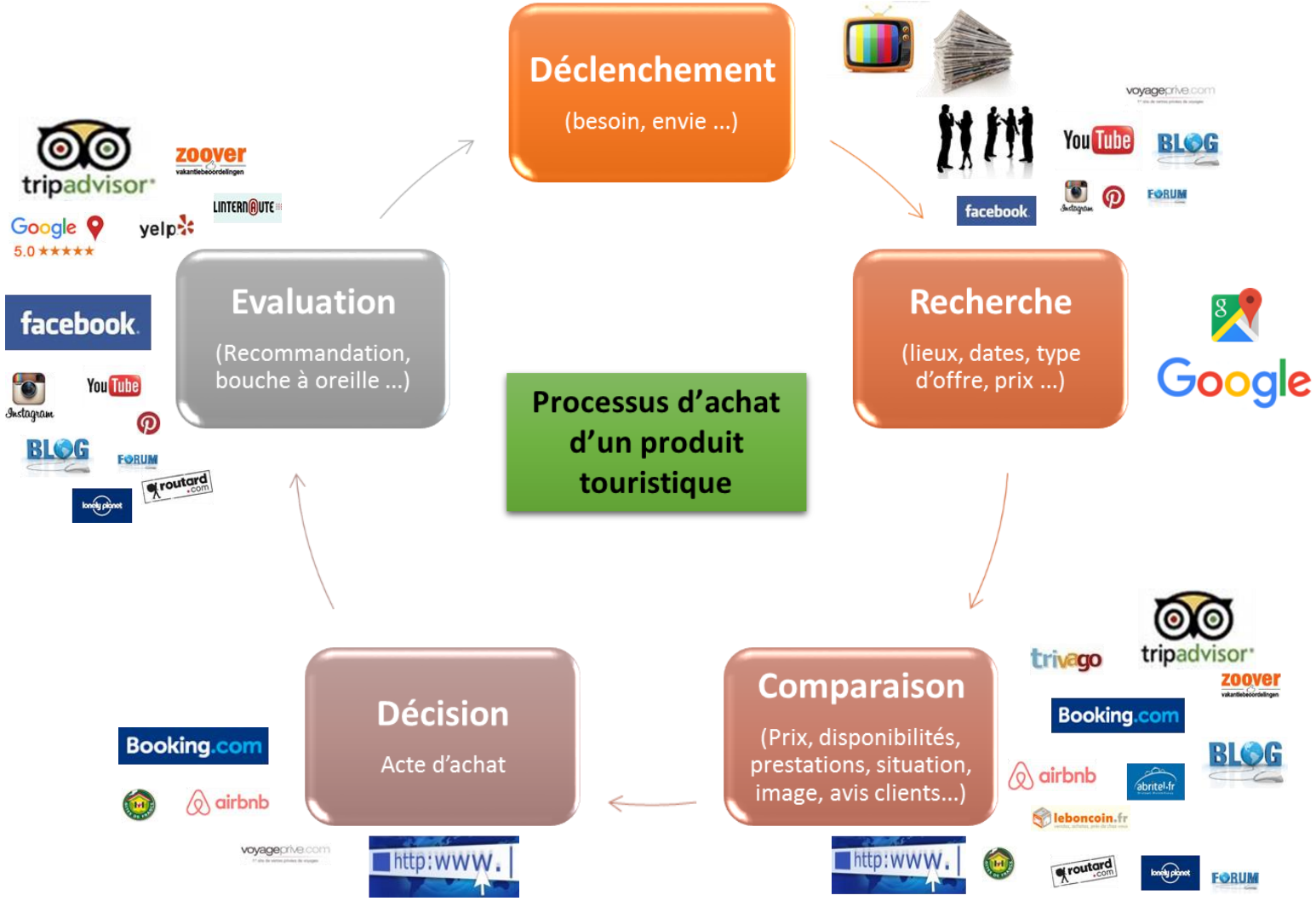
To decide on activities once at their destinations, leisure travelers rely on a **mix of sources**



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

En synthèse …

Il faut travailler son marketing pour trouver la bonne alchimie entre ventes en direct, ventes via les distributeurs.



© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017

Merci !

© Copy right Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2017