



UNAT

Bourgogne
Franche-Comté

RENCONTRES DU TOURISME SOCIAL ET FAMILIAL

Jeudi 26 septembre 2024



21 rue des Alouettes
63800 COURNON D'AUVERGNE
tel : 04 73 42 99 81
clermont@protourisme.com

www.protourisme.com

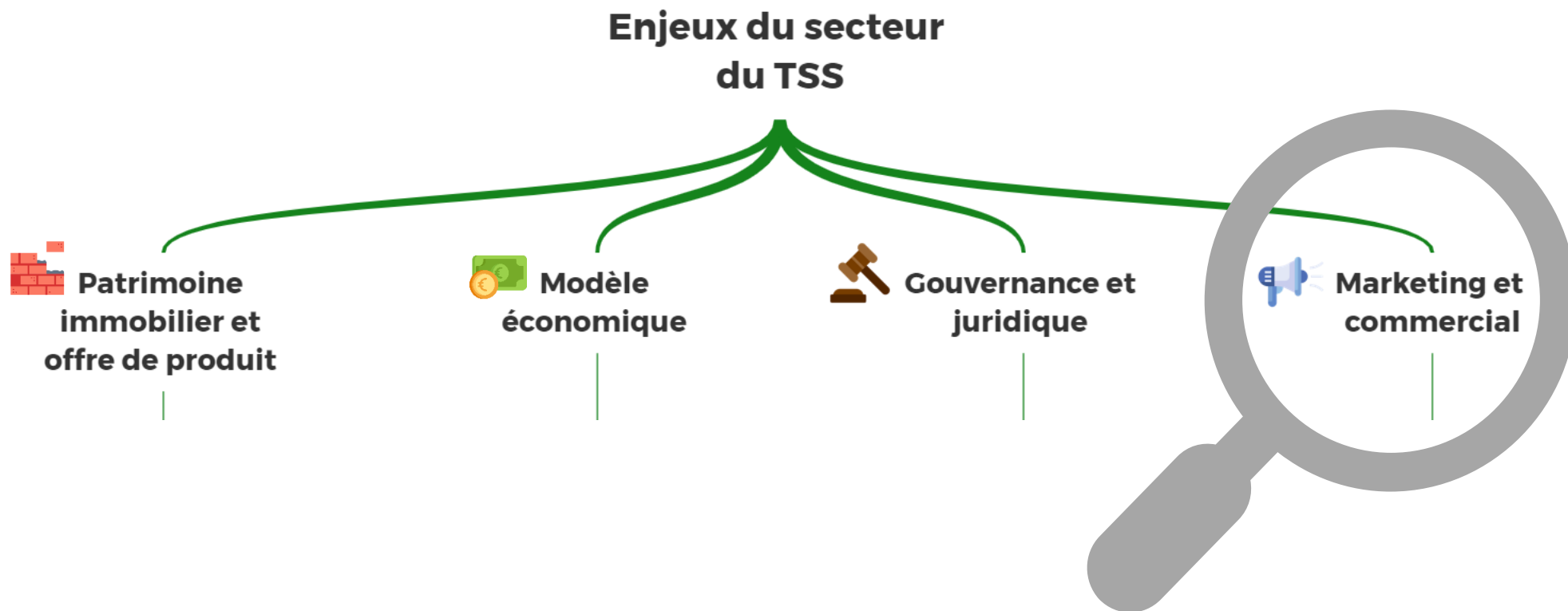
Contact :
Jean-Philippe Bosse - 06 30 58 20 82





Des enjeux XXL à relever

- **MARCHE : le secteur du tourisme grippé**
Politique tarifaire complexe et difficile à faire évoluer | Concurrence accrue | Pouvoir d'achat | Nouvelles aspirations des clients (enfants et adultes)
- **PATRIMOINE : des projets bloqués**
Réglementation et normes strictes : décret tertiaire, ERP, ... | Inflation spectaculaire des coûts de construction et d'énergie | Augmentation des taux de crédit | Baisse des subventions publiques
- **ECONOMIQUE : un modèle tendu**
Production de prestations de services complètes | Poids de la masse salariale | Difficultés de recrutement | Capacité d'investissement limitée
- **GOVERNANCE : des modèles à repenser**
Réactivité des organes de pilotage | Modèles contractuels complexes
- **CLIMATIQUE : augmentation significative des aléas**
Aléas enneigement | Ressource en eau | Intensification des périodes de canicule | Adaptation du comportement des touristes



**4 socles fondamentaux pour tout projet
du tourisme social et solidaire**

Marketing et commercial

Fuite des clients vers d'autres formes d'hébergement, notamment l'HPA, les résidences locatives et les locations de PàP.



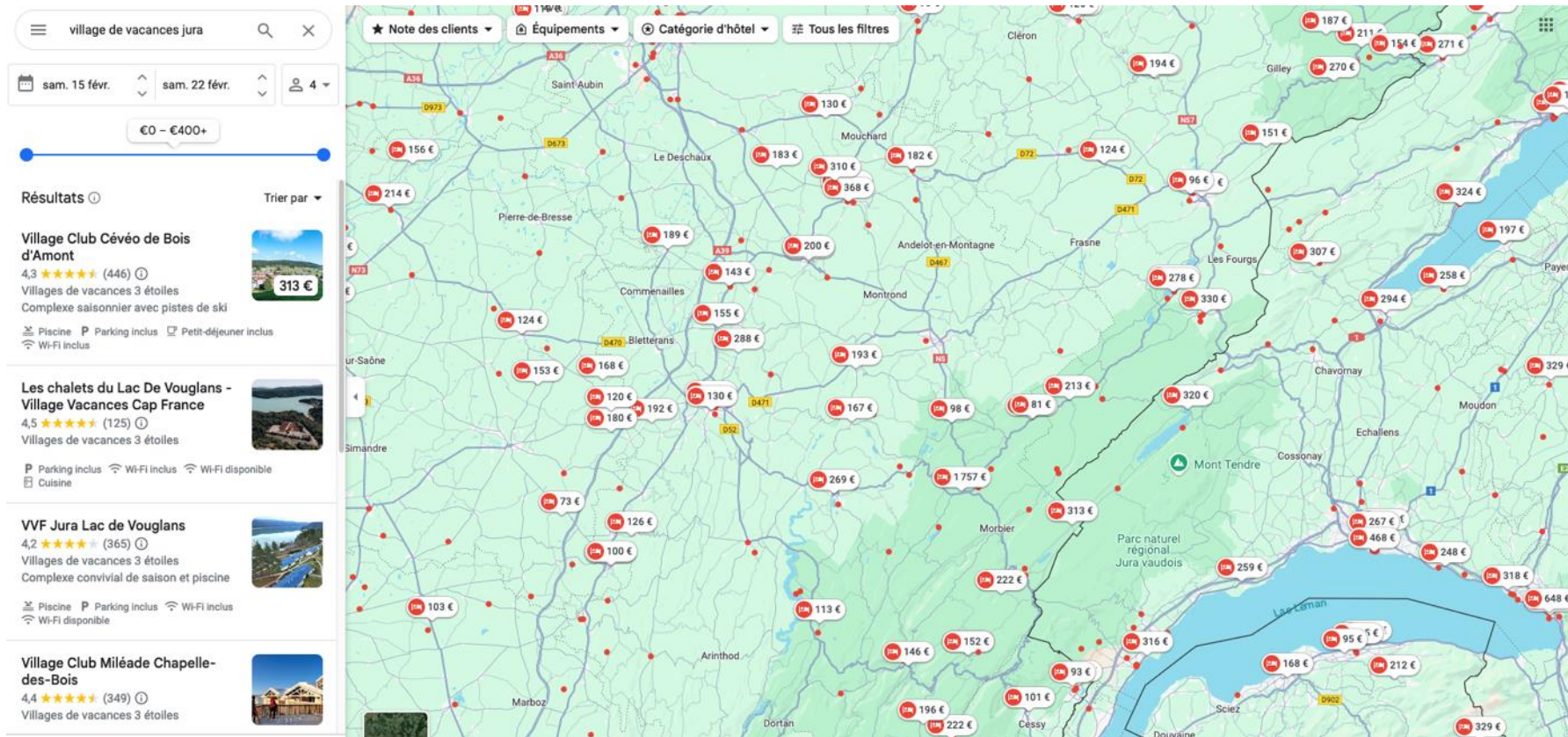
Marketing et commercial

Contrainte pour les clientèles du modèle pension complète ou de demi-pension, notamment l'été : horaires fixes imposés, offre en restauration collective qui a du mal à intégrer les différents régimes ou modes alimentaires, etc.



Marketing et commercial

Tendance des clientèles à **comparer les prix** afin de rechercher le meilleur rapport qualité/prix, qui impacte le secteur du TSS, qui est souvent considéré comme « cher » parmi les publics à revenu modeste.



The screenshot displays a search interface for vacation rentals in the Jura region. The search criteria are: "village de vacances jura", dates from Saturday, February 15th to Saturday, February 22nd, for 4 people, with a budget of up to €400+. The map shows numerous price markers ranging from €73 to €648. The left sidebar lists four results:

- Village Club Cévéo de Bois d'Amont**: 4.3 stars (446 reviews), 313 €. Features include swimming pool, parking, and breakfast.
- Les chalets du Lac De Vouglans - Village Vacances Cap France**: 4.5 stars (125 reviews). Features include parking, Wi-Fi, and a kitchen.
- VVF Jura Lac de Vouglans**: 4.2 stars (365 reviews). Features include swimming pool, parking, and Wi-Fi.
- Village Club Miléade Chapelle-des-Bois**: 4.4 stars (349 reviews).

Marketing et commercial

L'augmentation des prix, provoquée par les charges importantes subies par le secteur a provoqué **un décrochage des clientèles historiques et à laisser sa place à une autre clientèle** : les bénéficiaires d'une aide conséquente au départ, les plus aisés, les groupes d'adultes et les groupes d'enfants

COMITÉ D'ENTREPRISE,
RASSEMBLEMENT FAMILIAUX,
GROUPES SPORTIFS *

OFFRE WEEK-END

Pension complète
du vendredi soir au dimanche midi

249€ par personne
Tout inclus hors transport


- Forfait adulte deux jours
- Matériel ski débutant.
- Apéritif d'accueil offert
- Repas Savoyards

* Minimum 20 personnes



AUBERGE d+
VALLOIRE-GALIBIER

Aide au départ en Vacances 2024



Accompagnement dans vos démarches :
budget-lieu-hébergement-transport-
restauration-activités

Aide utilisation Bons VACAF et/ ou
obtention de chèques ANCV

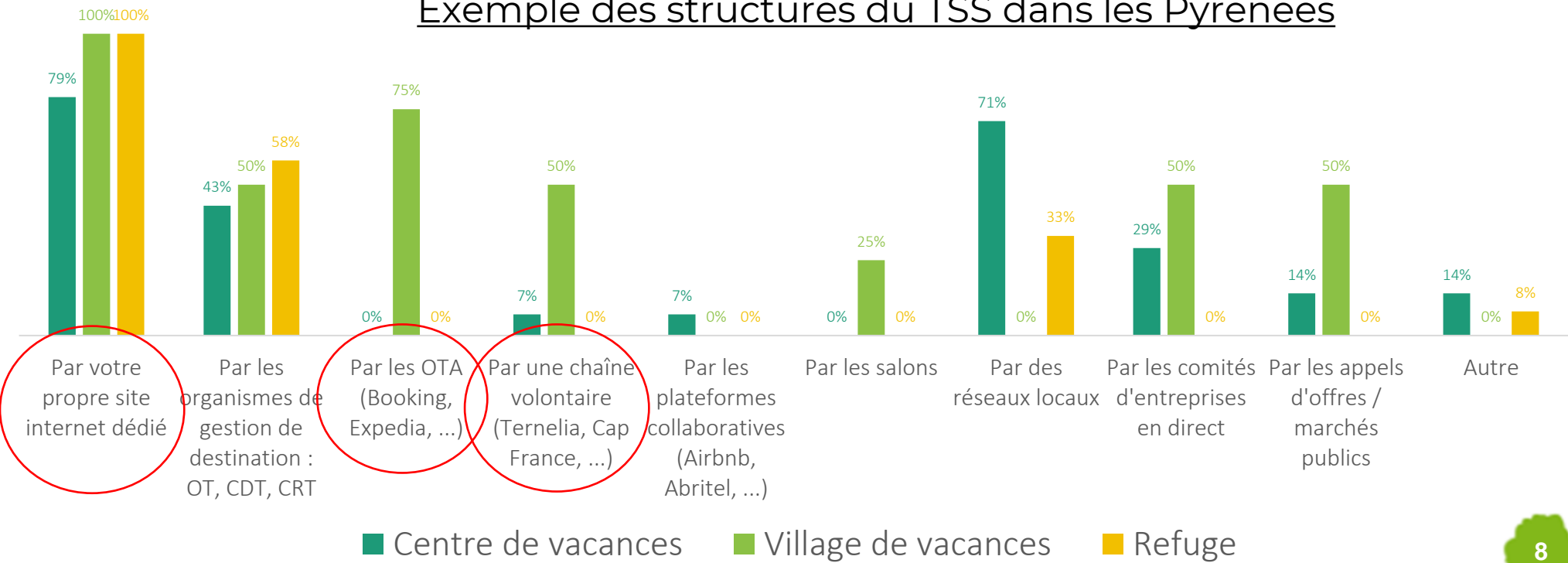
02.32.30.23.15
jean-jacques.chevalier@espacemailiso.net

Espace
Maison
Li So

Marketing et commercial

Le contexte fort de la digitalisation, avec plusieurs acteurs du TSS qui sont en **retard quant à l'adoption des nouveaux modes de réservation et outils web** ; ce qui a une conséquence directe sur la visibilité et la promotion de l'offre.

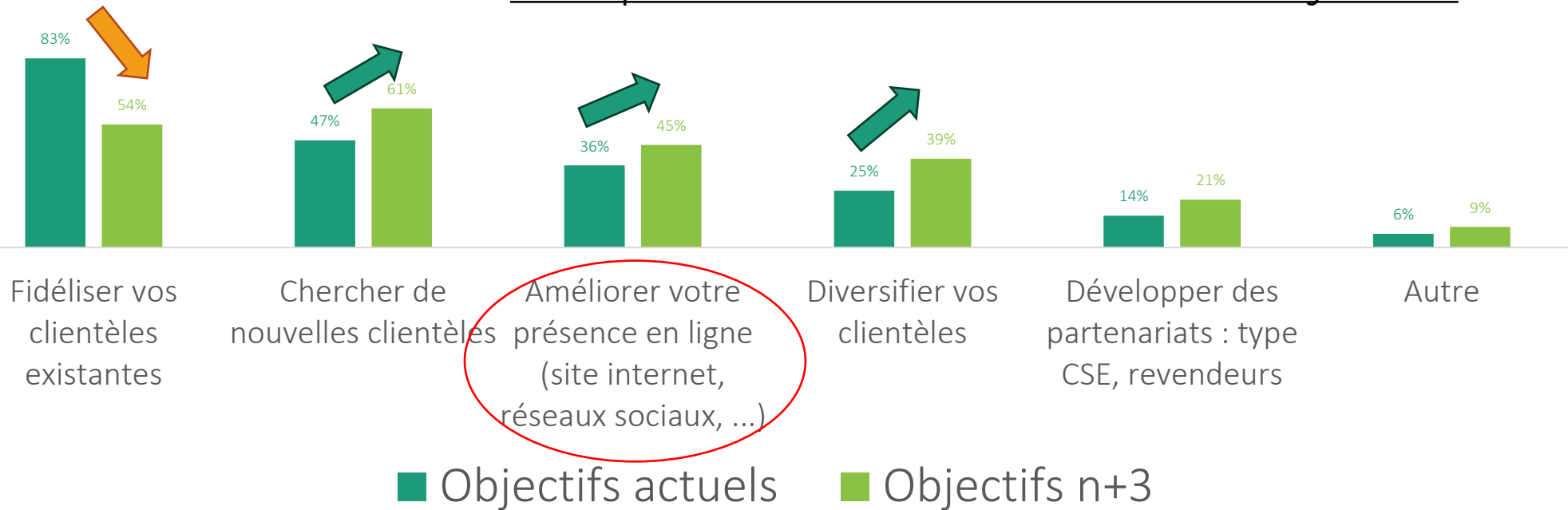
Exemple des structures du TSS dans les Pyrénées



Marketing et commercial

Budget dédié à la communication souvent trop faible et pas assez digital, ce qui éloigne les publics plus jeunes et freine le renouvellement de la clientèle

Exemple des structures du TSS dans les Pyrénées



Marketing ciblé



Familles

« Nature et Découvertes »



Randonneur

« Quechua »



Ton public prioritaire
tu cibleras...



Passionné de culture

« Télérama »



Senior

« Notre Temps »



Jeunes branchés

« Instagram »



Jeune casse-cou

« Red Bull »



Habitant

« France Bleu »



Groupes enfants

« Gulli »



Sportif spécialiste

« Salomon »

Marketing ciblé



**A tes cibles tes outils
tu adapteras...**



- > Web
- > Réseaux sociaux,
- > Comité d'entreprise / AO
- > CRM
- > Réseau fédéral/chaîne

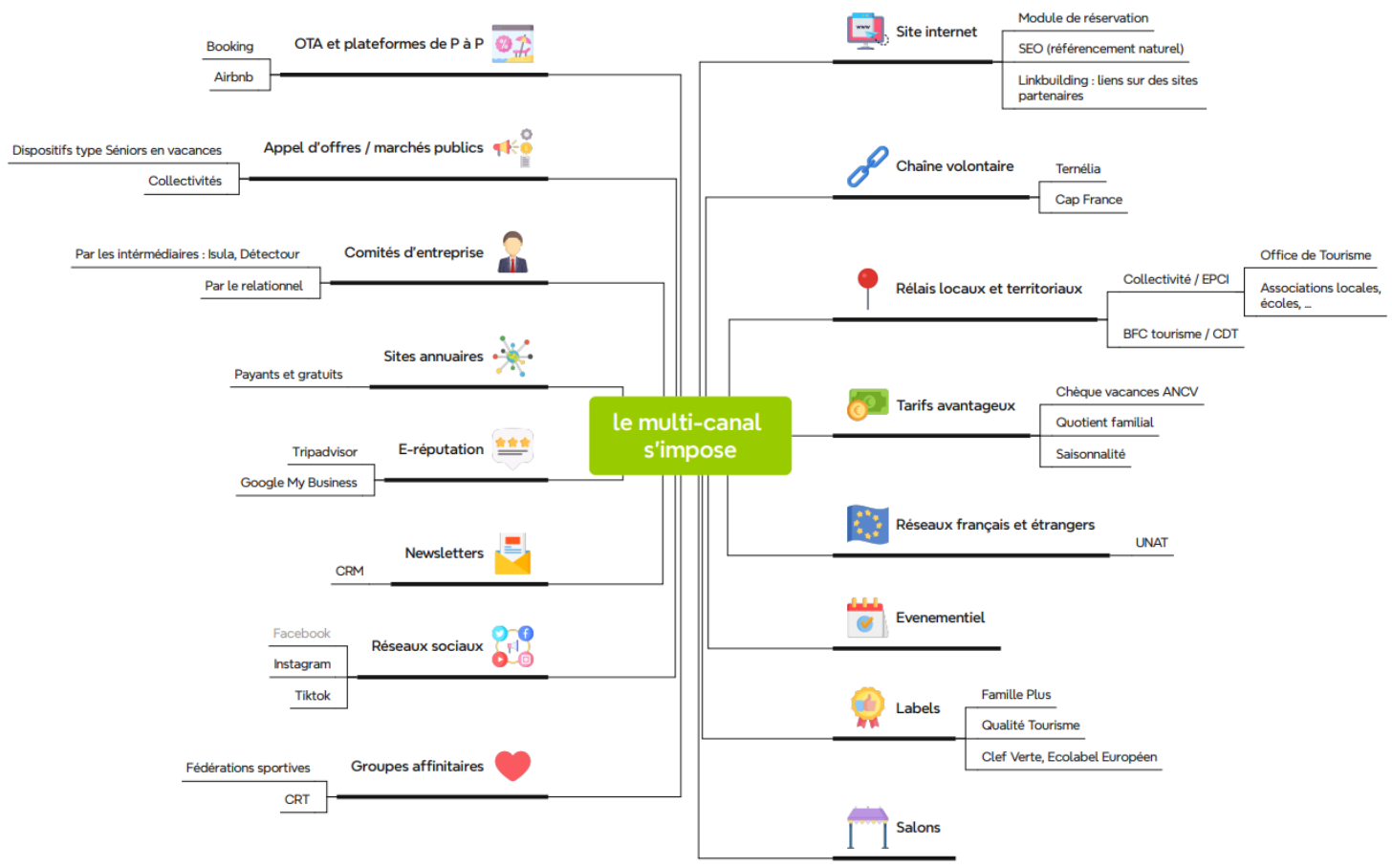
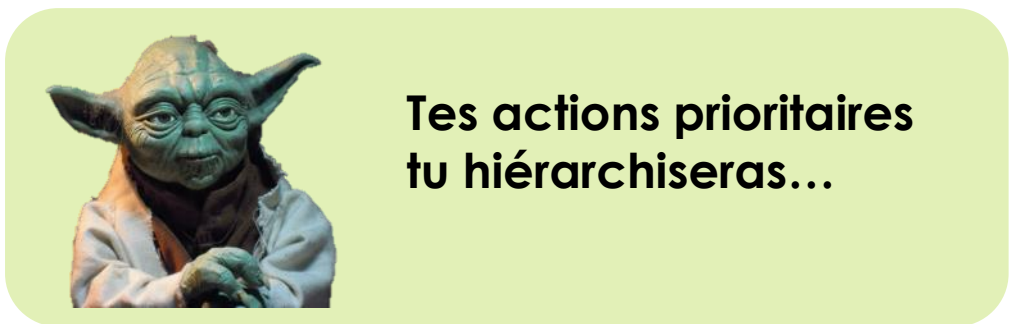


- > Web
- > Réseaux sociaux
- > Clubs
- > Presse spécialisée
- > Évènements
- > CRM



- > Prospection directe
établissements scolaires
- > CE
- > CRM / Fidélisation
- > Web
- > Réseaux sociaux
- > Réseau fédéral/chaîne

Marketing ciblé

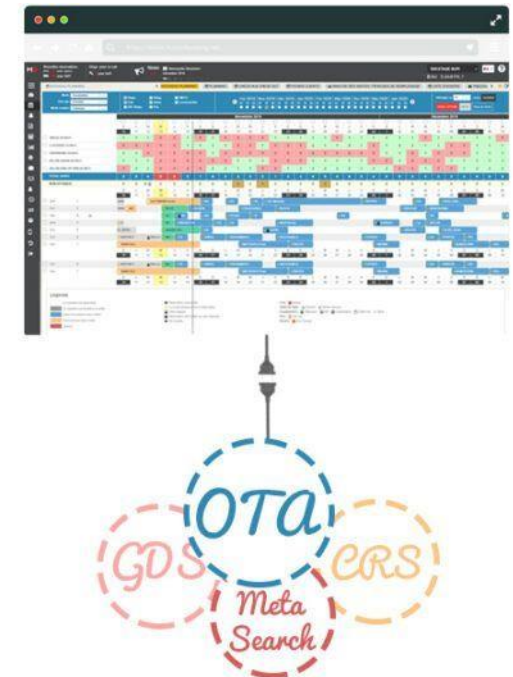


Quelques outils

Un **Channel Manager** performant est l'outil clé pour **optimiser la distribution**, augmenter la visibilité et maximiser les réservations :



1. **Distribution multi-Canaux** : OTAs, site web, GDS
2. **Mise à jour en temps réel** : disponibilités, tarifs et restrictions > évite overbookings
3. **Maximisation des revenus y compris en dernière minute** : ajuster les tarifs en fonction de la demande, des saisons et des événements
4. **Gain de temps et d'efficacité** : réduit les tâches manuelles et les erreurs
5. **Analyse des performances** : rapports détaillés sur les performances de chaque canal de distribution. Cela permet d'identifier les canaux les plus performants et d'ajuster la stratégie de distribution

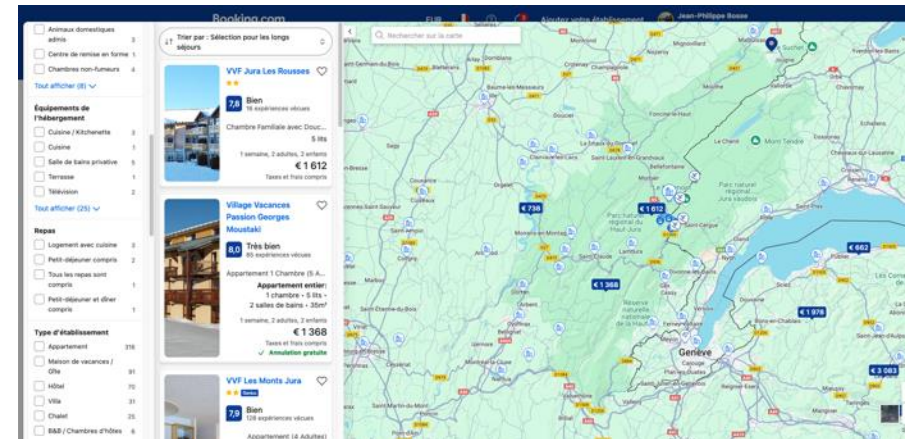


Quelques outils

Booster la visibilité et les réservations :
Le rôle stratégique des OTA



- 1. Visibilité** : les OTA bénéficient d'une audience mondiale et d'un trafic important sur leurs plateformes.
- 2. Large public** : les OTA regroupent une grande variété d'hébergements, attirant ainsi un public diversifié.
- 3. Outils de réservation en ligne** : les OTA offrent des outils de réservation en ligne simples et sécurisés. Cela encourage les réservations impulsives et améliore l'expérience client.
- 4. Marketing et promotion** : les OTA proposent souvent des outils de promotion pour augmenter la visibilité.
- 5. Gestion des avis clients** : les OTA permettent de collecter et de gérer les avis clients



Type de logement	Nombre de voyageurs	Tarif pour 1 semaine	Vos options	Sélectionnez un nombre	
Chambre Triple	3 personnes	€ 4 202	Tout compris	1	Genius
Recommandé pour 2 adultes et 1 enfant		€ 3 784	Annulation gratuite avant le 4 janvier 2025 Taxes et frais compris		1 chambre pour € 4 202 € 3 784 Taxes et frais compris
3 lits simples		-10% Genius	Vous ne paierez rien avant le 1 janvier 2025 Réduction Genius de 10% appliquée au tarif avant les taxes et les frais Plus que 3 hébergements sur notre site		Réserver avec la réduction Genius En seulement 2 minutes Confirmation immédiate
Salle de bain privative					Votre offre : Tout compris Annulation gratuite avant le 4 janvier 2025 Vous ne paierez rien avant le 1 janvier 2025 Réduction Genius de 10% appliquée au tarif avant les taxes et les frais Plus que 3 hébergements sur notre site
Télévision à écran plat					
Insonorisation					
Wi-Fi Gratuit					
Coffre-fort	Toilettes				
Baignoire ou douche	Serviettes				
Linge de maison	Prise près du lit				
Télévision	Chauffage				
Sèche-cheveux	Serviettes / linge de lit (frais supplémentaires)				
Mouquette	Chauffes du câble				
Armoire ou penderie	Étages supérieurs accessibles par ascenseur				
Papier toilette					

Quelques outils

Mais des outils à utiliser à bon escient :



**Intelligemment les OTAs
tu utiliseras...**

- 1. Commissions :** des coûts qui peuvent rapidement dégrader la marge, notamment dans le cas de séjours tout-compris.
- 2. Concurrence :** très forte sur les OTA. Il est essentiel de se démarquer en proposant des offres attractives et en soignant la présentation.
- 3. Dépendance :** une trop grande dépendance aux OTA peut limiter la maîtrise de la distribution et des relations clients. Il est important de diversifier les canaux de distribution et de développer sa propre stratégie de marketing.



Quelques outils

E-réputation

- 1. Le positif attire le positif :**
encouragez les clients à laisser des avis positifs après leur séjour hivernal, cela renforcera votre crédibilité et vos points forts
- 2. Google My Business :** mettez à jour vos informations en y ajoutant des offres spécifiques pour l'hiver et des photos récentes de vos installations
- 3. Réactivité :** soyez réactif dans la gestion des avis en ligne, en répondant de manière constructive aux commentaires pour rassurer les futurs clients sur la qualité de votre service

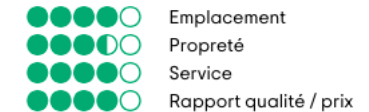


Note attribuée



3,5 Très bon
121 avis

N° 1 sur 1 villa à Les Rousses



8,0 Très bien
85 commentaires

Notre objectif : des commentaires 100 % authentiques ⓘ

[Rédiger un commentaire](#)

Catégories :



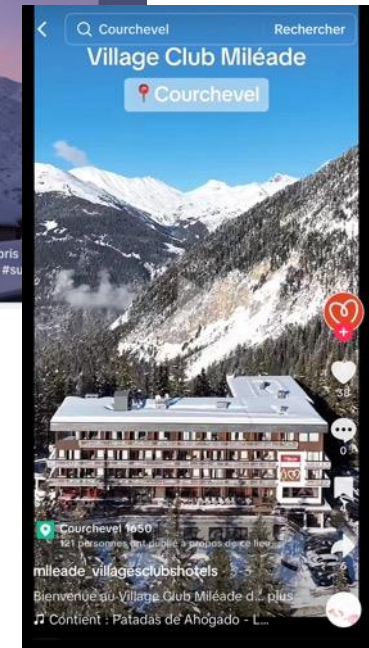
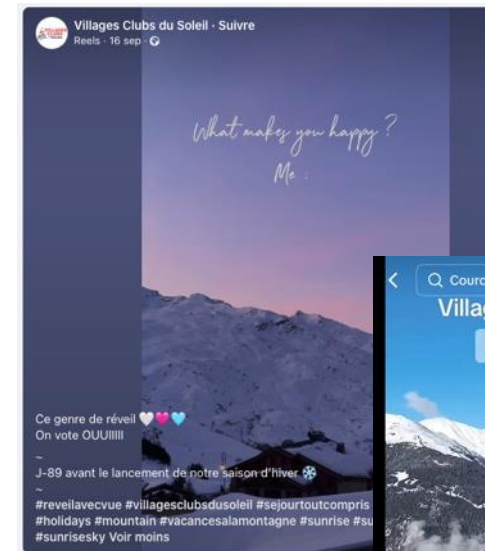
Quelques outils

Les réseaux sociaux : un outil puissant pour favoriser **l'engagement de vos communautés cibles**

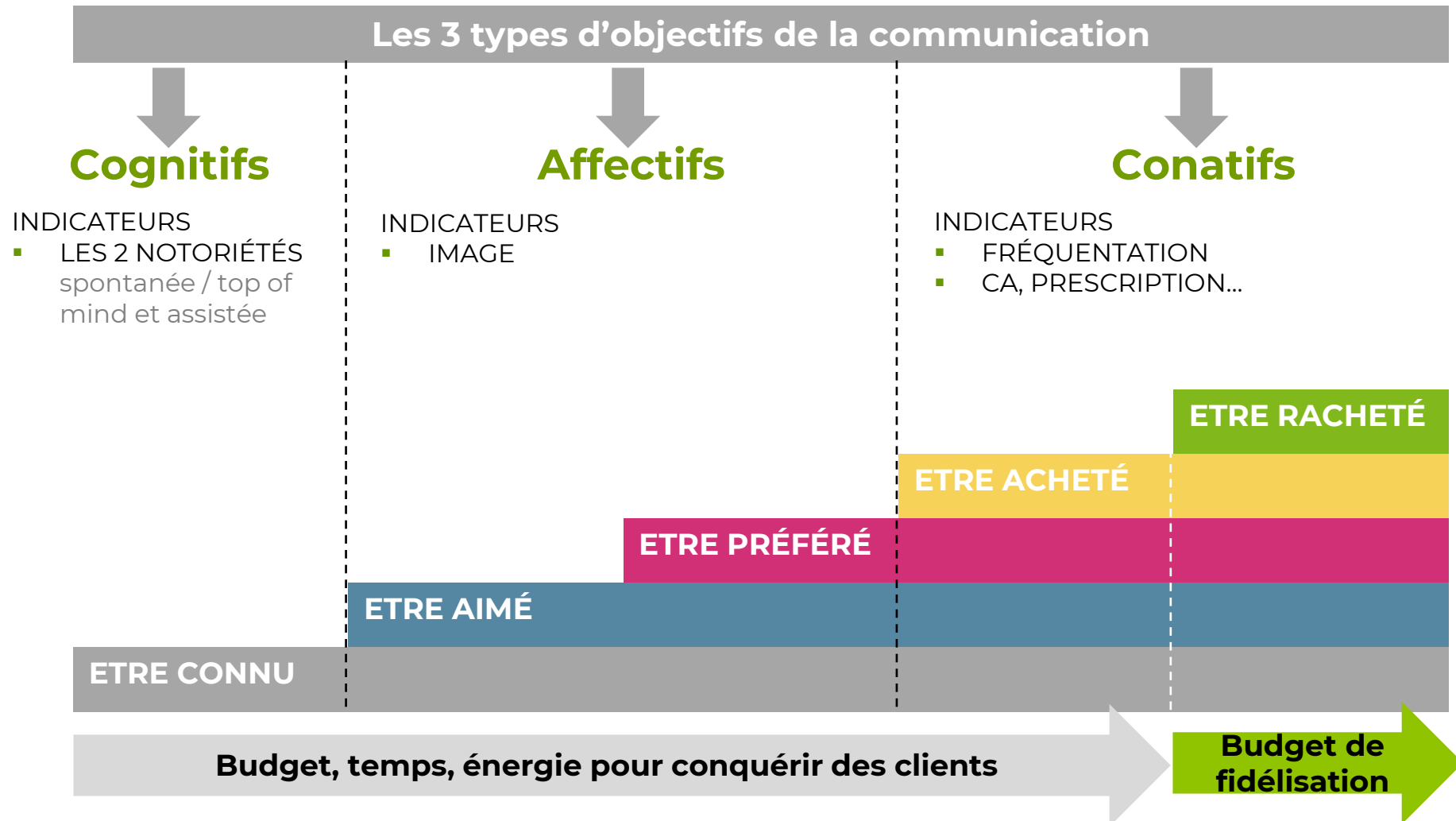


La puissance des réseaux sociaux tu dompteras...

- 1. Importante du visuel** : utilisez des plateformes comme Facebook, Instagram ou même TikTok (selon cibles) pour partager des photos et des vidéos captivantes de votre VV en hiver. Mettez en avant les activités en montagne, l'ambiance chaleureuse, les paysages enneigés, etc.
- 2. L'engagement** : organisez des concours et des promotions en ligne pour inciter les utilisateurs à interagir avec votre structure. Offrez des réductions spéciales pour les réservations effectuées via les RS.
- 3. Les influenceurs** : identifiez des influenceurs spécialisés dans les séjours en montagne et proposez-leur de séjourner dans votre VV. Ils partageront leur expérience avec leur communauté, touchant ainsi un public plus large et diversifié.

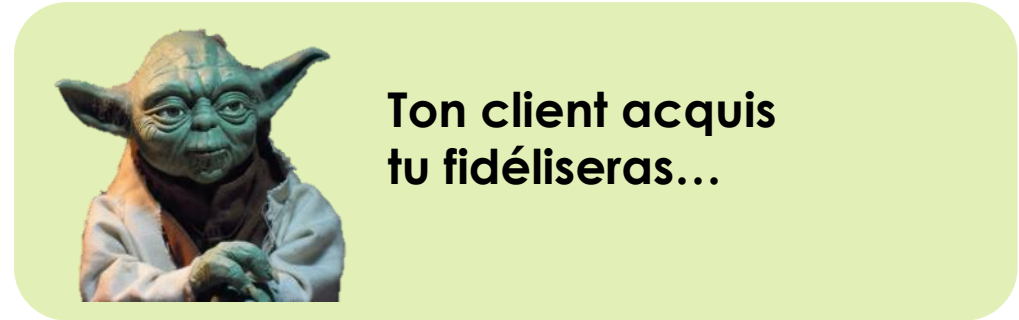


POURQUOI FIDÉLISER COÛTE 5 À 7 FOIS MOINS CHER QUE CONQUÉRIR DES CLIENTS ?

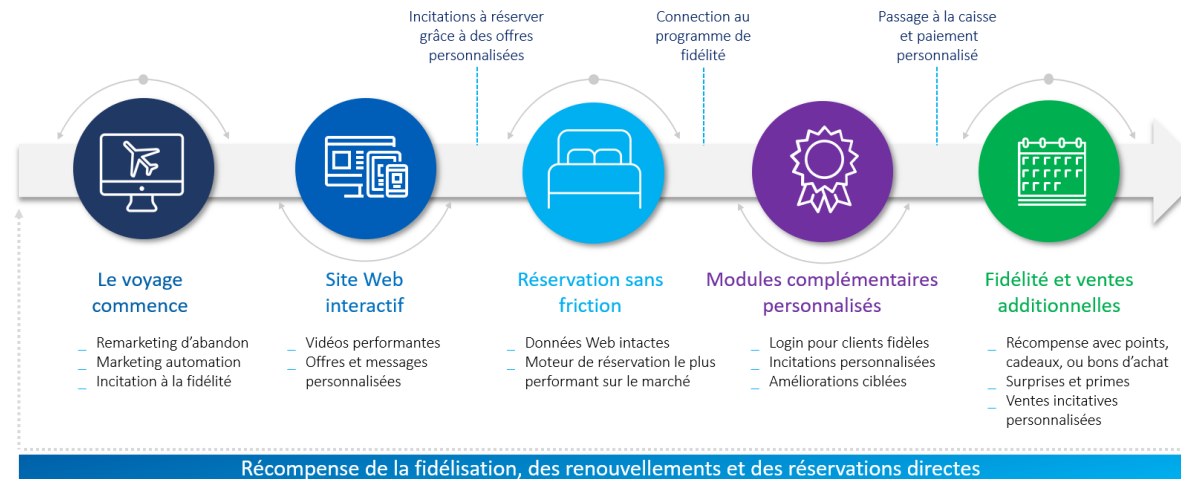


Quelques outils

CRM et fidélisation



- 1. Un bon outil CRM :** profitez de votre CRM pour envoyer des offres personnalisées à vos clients selon leur historique de réservations, en mettant en avant des promotions pour des séjours hivernaux en famille ou entre amis
- 2. L'importance du beau :** personnalisez vos newsletters avec des témoignages de clients satisfaits après un séjour hivernal, ainsi que des photos de paysages enneigés
- 3. Automatisez :** mettez en place une stratégie d'e-mailing automatisée pour relancer les clients qui ont montré de l'intérêt pour un séjour en montagne sans avoir finalisé leur réservation



Quelques outils

Événementiels et animations

- 1. Créer l'évènement :** organisez des événements hivernaux spéciaux (marchés de Noël, animations en montagne) pour attirer les familles et les groupes pendant les vacances
- 2. Gages de qualité :** mettez en avant vos labels pour répondre aux attentes des familles et des clients soucieux d'un tourisme durable.
- 3. Synergie avec le territoire :** profitez des événements locaux comme les festivals de Noël ou les sports d'hiver pour créer des offres packagées adaptées aux attentes des touristes.



Par ta programmation
tu attireras ...



B I B R A C T E Ma visite Bibracte Bibracthoèque

NUIT DES FORÊTS : BALADE NOCTURNE À PRÉPERNY

Samedi 25 juin / de 22h à 24h

Dans le cadre de la Nuit des Forêts, partez à la rencontre des chouettes et chauves-souris forestières de Préperny.

. RDV devant le chalet de Préperny (Arleuf) / Gratuit.

. Réservation obligatoire au 03 86 78 79 57 ou par mail : contact@parcdumorvan.org

. Une proposition de l'association SKIMO, en partenariat avec le Parc naturel régional du Morvan dans le cadre de la Réserve naturelle régionale des tourbières du Morvan

BALADE BOTANIQUE À ST-LÉGER-SOUS-BEUVRAY

Jeudi 7 juillet / de 14h à 17h

Une balade botanique sur les chemins du Grand Site de France, au fil des pages du carnet d'arpentage de Saint-Léger-sous-Beuvray.

. RDV 14h devant le musée de Bibracte / Gratuit.

. Une proposition de Bibracte en partenariat avec le Parc naturel régional du Morvan et la Société d'Histoire naturelle d'Autun

A LA DÉCOUVERTE DE LA BIODIVERSITÉ : L'ÉTANG DE PRÉPERNY

Vendredi 8 juillet / de 14h30 à 16h

Une courte balade autour de l'étang de Préperny pour se questionner sur la fragilité de la biodiversité et sur les actions à mettre en place, même chez soi, pour la renforcer.

. RDV sur le parking du chalet de Préperny (Arleuf).

. 3 € par personne / 10 € pour une famille / Gratuit - de 12 ans.

. Réservation obligatoire par mail : contact@mervillies-et-nature.fr

. Une proposition de Bibracte en partenariat avec le Parc naturel régional du Morvan et l'association Mervillies et Nature



DE VOTRE ATTENTION
JE VOUS REMERCIE...

