



LES OPÉRATEURS DE VOYAGES EN LIGNE & L'OFFRE VENDÉENNE EN HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

Avril 2016

- 2 Les opérateurs de voyages en ligne, introduction
- 4 Les catégories d'opérateurs
- 6 Inventaire et poids de l'offre en hébergements touristiques en Vendée
- 8 Circuits de commercialisation & hébergements touristiques vendéens
- 12 *e.tourisme*, annonceurs et modèle économique
- 14 *e.tourisme* et évolutions réglementaires
- 16 Synthèse et chiffres clés

En France, le tourisme est le premier contributeur du chiffre d'affaires de l'industrie de la vente en ligne. De multiples opérateurs se disputent un marché à fort taux de croissance (> 10 % annuellement). Le tourisme vendéen s'est adapté à ce nouveau mode de distribution. En 2015, plus de 40 % de l'offre en hébergement est commercialisée directement en ligne.

Afin de mieux comprendre l'organisation de la distribution de l'offre touristique sur le département, Vendée Expansion a enquêté les professionnels de l'hébergement. A l'automne 2015, près de 300 d'entre eux ont livré leurs réponses. Ces dernières permettent de projeter le modèle de la distribution de l'offre entre, d'une part, des circuits plutôt traditionnels (vente directe, TO, etc.) et, d'autre part, la montée en puissance des opérateurs de voyages en ligne affirmant un peu plus chaque année leur prééminence.



LES OPERATEURS DE VOYAGES EN LIGNE

INTRODUCTION

La distribution en ligne de l'offre touristique, et principalement des hébergements de vacances, se massifie. De La Tranche sur Mer à New Delhi, des Herbiers à New-York, de Maillezais à Hanoï et de Noirmoutier à La Havane, peu ou pas d'hôtels, de résidences, de campings, de locations de vacances, de chambres d'hôtes... échappent désormais à l'hégémonie d'une distribution concentrée autour de quelques acteurs super puissants et à l'imagination sans frontière des surdoués de la technologie et du e-commerce.

La croissance du e.tourisme est une tendance de fond. Pesant 14,1 milliards d'euros en 2010 et 18,9 milliards d'euros en 2015, le e.tourisme français continuerait à croître de 4 % en 2016 selon une étude de Phocuswright (décembre 2014). Le taux de pénétration du online (Internet et mobile) atteindra alors 45 %. Le chiffre d'affaires généré se répartit entre les fournisseurs en direct (58 % à 59 %) et les agences de voyages en ligne.

En Vendée, comme ailleurs, les fournisseurs d'hébergements touristiques bénéficient de la visibilité des circuits de distribution en ligne, annuaires, sites d'avis en ligne ou e-commerce. Ainsi, leur activité dépend aussi

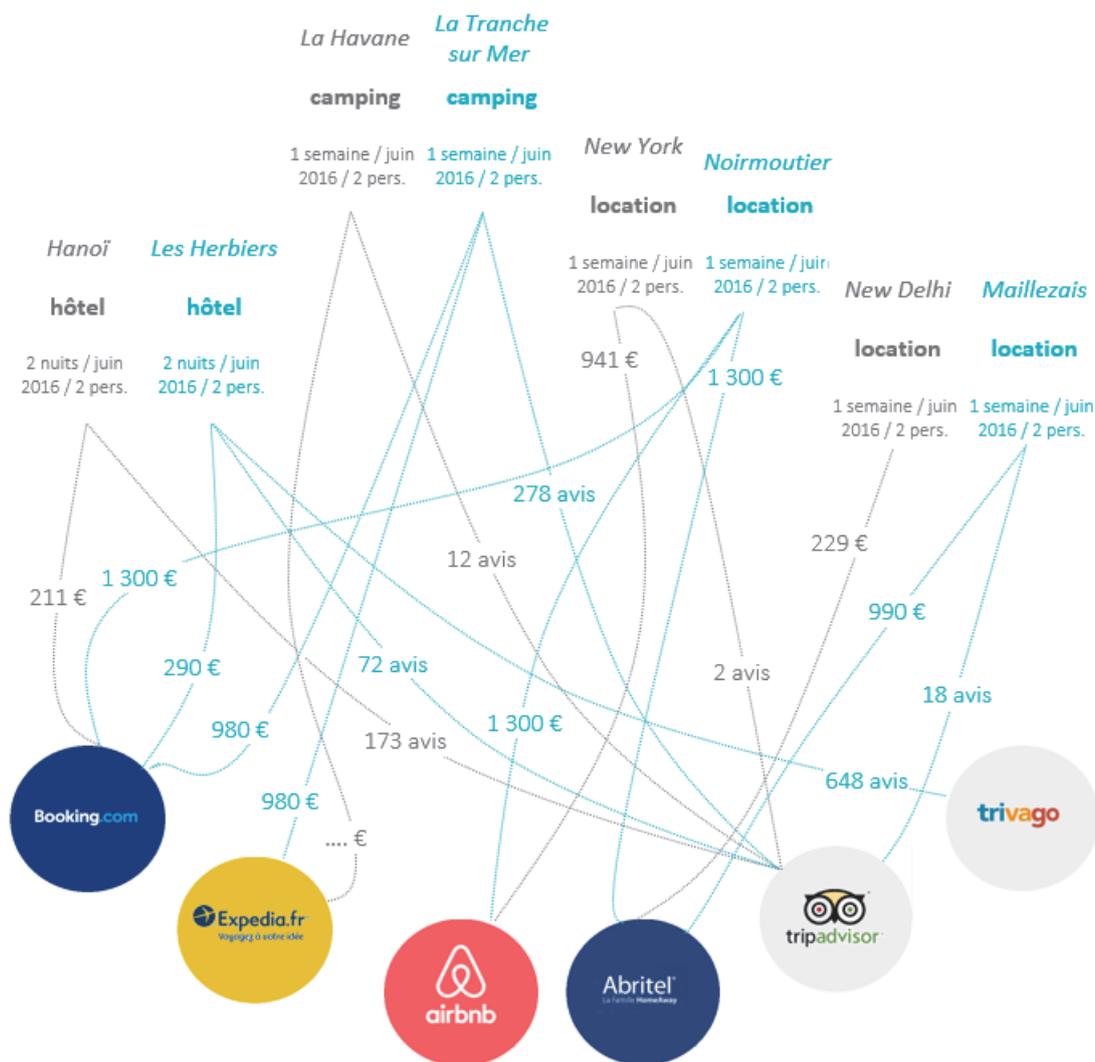
des opérateurs en ligne dont la multiplicité s'échelonne à tous les niveaux, s'affranchissant des limites territoriales et disposant d'un volume d'offres se chiffrant souvent à plusieurs centaines de milliers à travers le monde.

Difficile donc de distinguer les offres, la réalité des tarifs, les fonctions des sites, entre commerces, sites d'avis, annuaires, etc. sans compter les sites des fournisseurs des offres, parfois absents des premières pages des moteurs de recherche, supplantés par quelques opérateurs à tendance hégémonique.

Quelles sont les différentes catégories d'opérateurs de voyages en ligne ? Quelle est leur fonction ?

Quels rapports les fournisseurs de l'offre d'hébergement touristique vendéen entretiennent-ils avec ces opérateurs ?

Comment se répartit le chiffre d'affaires des fournisseurs de l'offre par rapport à ces opérateurs ?



Source : Vendée Expansion – décembre 2015

Ce schéma illustre, à travers la consultation de la première page du moteur de recherche Google au mois de décembre 2015, la relation entre les fournisseurs d'offres d'hébergements touristiques et les opérateurs de voyages en ligne. La multiplicité des liens entre les fournisseurs et les différents opérateurs de voyages en ligne complexifie la compréhension de l'organisation de la distribution de l'offre touristique dite *multicanale*.



LES OPERATEURS DE VOYAGES EN LIGNE

LES CATÉGORIES D'OPERATEURS

Près d'un milliard de sites Internet forment la webosphère mondiale(+). Si 75 % de ces sites sont réputés inactifs, la création de nouveaux sites dépasse chaque jour le chiffre de 800 000. Le nombre d'utilisateurs est de 3,2 milliards. Les sites leaders, Google, Facebook, You Tube, Yahoo! et Baidu concentrent la majeure partie des utilisations (en 1 seconde Google Search concentre 52 078 requêtes).

Dans ce contexte expansionniste, l'e.tourisme français poursuit sa croissance. En 2014, 87 % des Français déclarent connaître au moins une agence de réservation d'hébergements en ligne et ils sont 14,8 millions à avoir réservé en ligne en payant sur Internet. En Vendée, 48 % des touristes ont également déclaré avoir réservé leur séjour en ligne (enquête de clientèle 2014).

Le poids de la réservation en ligne de séjours et de voyages est le premier contributeur (plus de 30 %) du chiffre d'affaires du e.commerce. Ce secteur, pour son volet tourisme, rassemble de nombreux acteurs, dont les fonctions et les spécificités les

différencient, même si, *in fine*, ils sont majoritairement tournés vers la promotion et la vente de séjours. Quatre catégories d'acteurs sont distinguées :

1. Les entreprises touristiques fournisseurs de l'offre, et les OTA (*online travel agencies* – agences de voyages en ligne) ;
2. Les guides et les intermédiaires de l'information touristique ;
3. Les acteurs technologiques (agrégateurs, comparateurs, métamoteurs, logiciels de réservation) ;
4. Les marques et les réseaux (institutionnels, fédérations, réseaux).

(+) LE PLUS

pour en savoir davantage

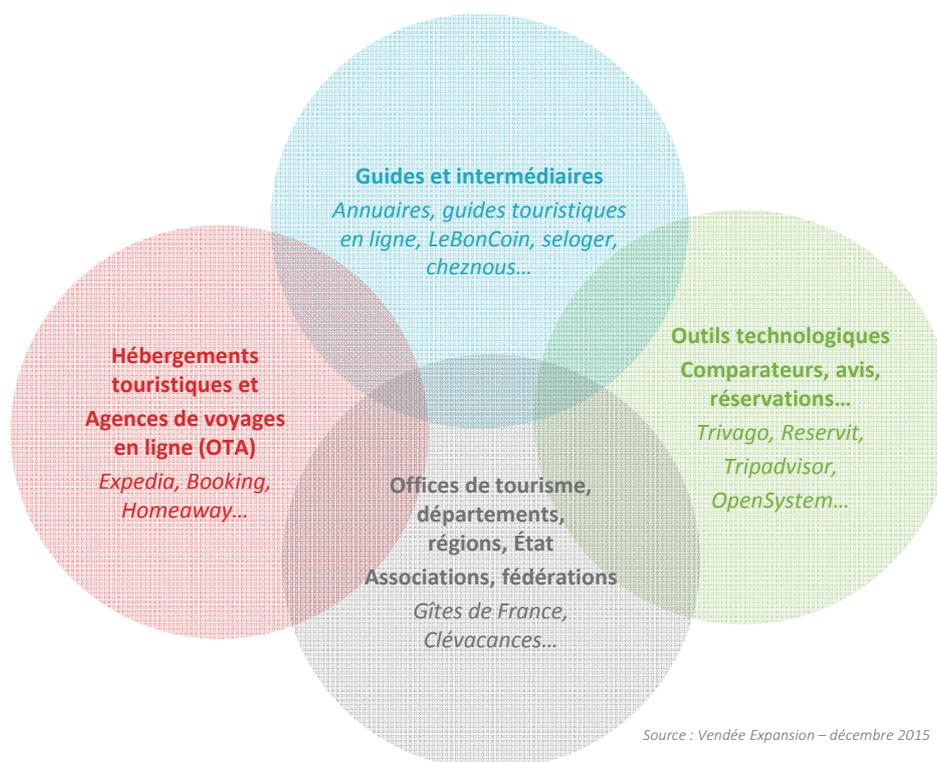
> <http://www.internetlivestats.com/>

> <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet/>

> http://www.fevad.com/uploads/files/enjeux2014/Chiffres_Cles_2014.pdf
(Fédération e-commerce et vente à distance)

> <http://www.vendee-expansion.fr/publications/pages/etudes-tourisme.php>

Les catégories d'acteurs du tourisme en ligne



TOP 10 des sites les plus visités (France)

	visiteurs uniques mensuels (en millions)
Google	40,5
Facebook	30,0
YouTube	25,0
Microsoft	24,6
MSN / Windows Live	24,3
Orange	20,3
Wikipédia	19,2
LeBonCoin	17,0
Skype	16,1
Pages Jaunes	15,8

Source : www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet/

TOP 10 des sites de voyages marchands les plus visités (France)

	visiteurs uniques mensuels (en millions)
Voyages SNCF	6,798
Booking	4,892
Air France	2,302
Vente-privée Voyages	1,710
Blablacar	1,634
Opodo	1,480
eDreams	1,478
Easyjet	1,411
Voyage Privé	1,331
Expédia	1,237

Source : www.lechotouristique.com/article/infographie-le-top-10-des-sites-de-tourisme,74426



LES OPERATEURS DE VOYAGES EN VENDÉE

INVENTAIRE ET POIDS DE L'OFFRE EN HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

Avec un chiffre d'affaires estimé à 62,5 milliards d'euros en 2015*, le e.commerce poursuit son développement en France avec une croissance à deux chiffres (+ 10 % entre 2014 et 2015).

Le tourisme, 30 % du chiffre d'affaires du e.commerce (18,9 milliards d'€), est le premier contributeur de la distribution en ligne. Toujours en France, le nombre de sites de vente en ligne (toutes catégories) dépasse les 164 000. Marché hyper concentré, 6 000 de ces sites représentent 89 % du chiffre d'affaires du tourisme en ligne.

Les plus connus, et les mieux achalandés, sont des opérateurs majeurs en ligne, issus, sur une période récente, des avancées technologiques sur Internet. A ce titre, les quatre premiers (Airbnb, Homeaway, Abritel et Homelidays) forment le peloton de tête des OTA (*Online Travel Agencies* – agences de voyages en ligne).

Les offres présentées laissent une large part aux locations de vacances, pour lesquelles les opérateurs permettent une alternative efficace (en matière de visibilité) au caractère isolé de l'offre (a contrario des campings, hôtels et résidences, établissements historiquement et professionnellement davantage structurés en termes de distribution de l'offre).

Volume relatif d'établissements par catégorie d'hébergement sur les sites des opérateurs en ligne

	résidences et villages de vacances	campings	chambres d'hôtes	hôtels	locations de vacances
Pays de la Loire	0,30%	6,10%	11,40%	11,70%	70,60%
Vendée	0,30%	7,70%	8,70%	6,10%	77,20%

Source : Vendée Expansion – décembre 2015

* Source : <http://www.zdnet.fr/actualites/chiffres-cles-l-e-commerce-en-france-39381111.htm>

Inventaire du nombre d'offres en hébergements touristiques à partir de la liste des principaux opérateurs en ligne déclarés et « utilisés » par les hébergeurs touristiques de Vendée

url	Monde	France	Pays de la Loire	Vendée
www.airbnb.fr	1 000 000*	200 000*	nd**	nd**
www.homeaway.com	1 000 000*	166 334	5 601	2 943
www.abritel.fr	1 000 000*	164 551	5 343	2 834
www.homelidays.com	1 000 000*	163 601	5 511	2 830
www.leboncoin.fr	-	111 045	4 616	2 163
www.tripadvisor.fr	> 725 000	68 087	3 660	1 375
www.trivago.fr	902 183	64 826	1 187	305
www.gites-de-france.com	-	60 000	2 296	716
123-sejours-en-france.fr	-	58 000	2 589	622
www.holidaylettings.fr	436 996	49 152	1 591	673
www.cheznous.fr	-	48 578	1 935	988
www.booking.com	842 607	47 627	1 723	494
www.charme-traditions.com	-	32 437	nd**	nd**
www.chambresdhotels.org	-	31 028	1 165	329
www.clevacances.com/fr	-	30 000	2 437	1 766
www.france-voyage.com	-	27 460	932	274
www.amivac.com	> 25 000	22 765	1 173	801
www.expedia.fr	> 271 000	14 105	912	368
www.iha.fr	-	13 191	441	183
www.holidayfrancedirect.co.uk	-	12 605	1 013	370
www.ownersdirect.co.uk	-	10 400	402	245
www.pour-les-vacances.com	-	7 000	421	219
camping.hpaguide.com	-	3 895	339	202
france-balades.fr	-	2 589	88	18
www.grandsgites.com	-	2 513	161	48
www.evadoo.com/fr	-	2 497	92	43
www.bienvenue-a-la-ferme.com	-	1 996	89	29
www.bedandbreakfast.com/fr	-	1 822	71	11
www.likhom.com	-	1 690	65	7
www.samedimidi.com	-	1 500	29	5
www.sawdays.co.uk	-	1 495	nd**	19
www.toprural.fr	-	939	16	2
www.iguide-hotels.com	-	273	40	11

Source : Vendée Expansion – décembre 2015

* estimation

** non disponible



LES OPERATEURS DE VOYAGES EN VENDÉE

CIRCUITS DE COMMERCIALISATION & HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES
VENDÉENS

Depuis l'émergence des technologies de l'information et de la communication au milieu des années 1990, la distribution de l'offre touristique, notamment en hébergements, subit une métamorphose profonde. Les médias traditionnels ont peu à peu perdu des parts de marché au bénéfice de nouvelles places de marché en ligne. Aujourd'hui, en Vendée, l'essentiel de la distribution de l'offre est assuré via Internet. Illustration* :

Toutes catégories confondues d'hébergements touristiques vendéens, le poids d'Internet dans la réservation (promotion, mise en relation, réservation et/ou paiement en ligne) pèse 74 % de la relation client/fournisseur.

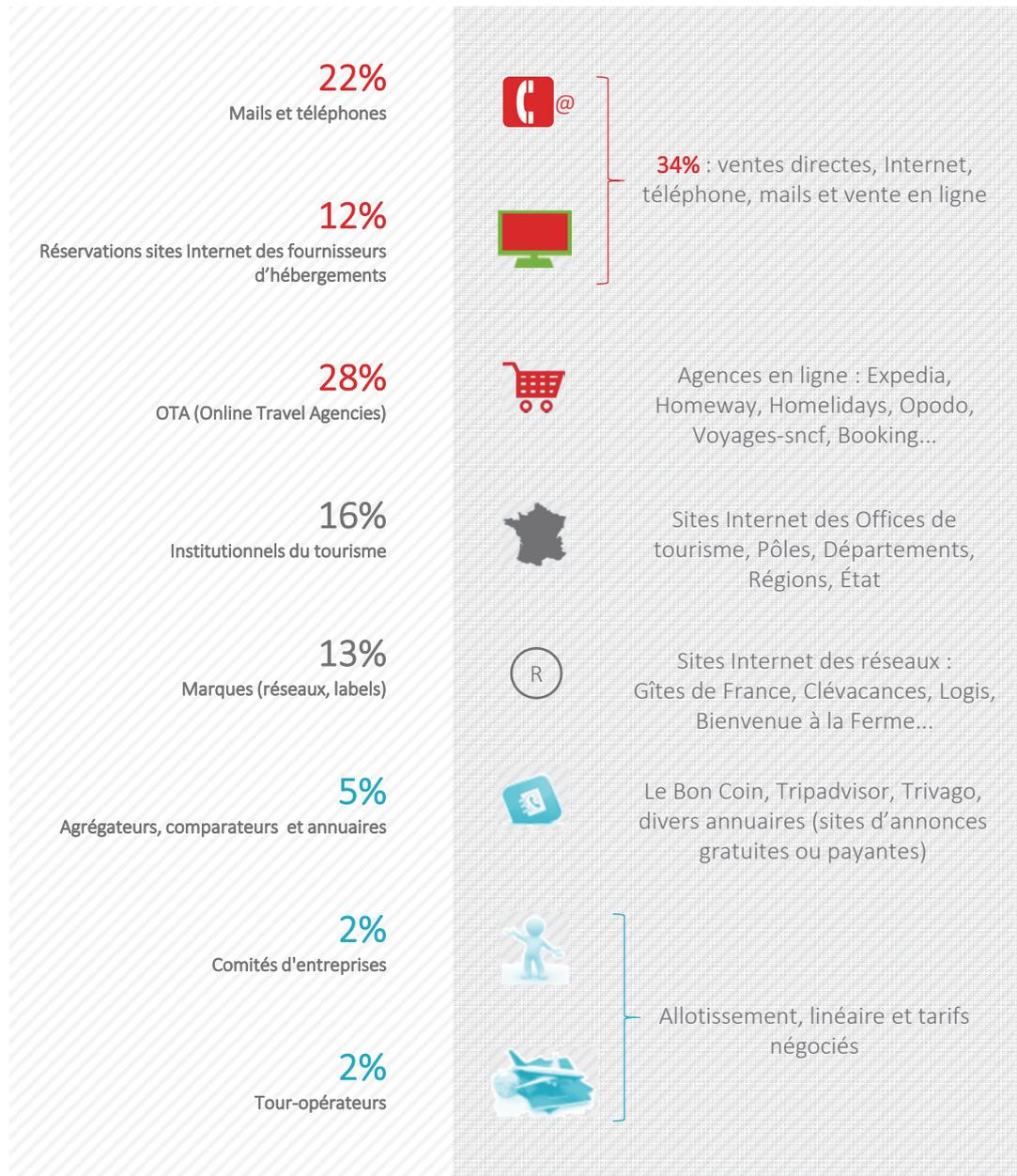
- Un tiers des ventes (34 %) est assuré directement par les hébergeurs (22 % par mail ou téléphone et 12 % via le site Internet de l'hébergeur).
- Les agences de voyages en ligne arrivent en seconde position et occupent 28 % du marché de la distribution.
- Les sites Internet des collectivités, offices de tourisme, pôles, agences de développement départementales, régionales, ou nationales, etc. prennent une place non négligeable

(16 %). Ces sites Internet ont le plus souvent une fonction d'annuaire relayée par la possibilité de plus en plus fréquente de réserver en ligne grâce à des outils technologiques partagés (« Open System » par exemple).

- Les sites de marques (réseaux, labels, franchises) portent 13 % de la distribution. Les sites d'annonces en ligne, les comparateurs et les agrégateurs, présentant une offre volumineuse en nombre de références, contribuent, du point de vue des hébergeurs, plus modestement à la distribution de l'offre (5 %).
- Enfin, les comités d'entreprises et tour-opérateurs représentent chacun 2 % du marché de la distribution.

* Durant l'automne 2015, Vendée Expansion a procédé à une enquête en ligne auprès des professionnels fournisseurs d'hébergements touristiques en Vendée. Cette enquête conduit à un état des lieux de la distribution via Internet et à une meilleure compréhension de l'impact d'Internet sur la réalité économique des hébergements touristiques. Ce travail a par ailleurs permis d'évaluer entre 2010 et 2014 des évolutions liées à la distribution de l'offre sur Internet. Près de 300 responsables d'hébergements touristiques ont répondu à cette enquête.

Part des outils de distribution de l'offre des fournisseurs d'hébergements touristiques en Vendée en 2014 (en % de citations exprimées par les hébergeurs touristiques de Vendée - enquête automne 2015)



Source : Vendée Expansion – décembre 2015



LES OPERATEURS DE VOYAGES EN VENDÉE

CIRCUITS DE COMMERCIALISATION & HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES
VENDÉENS

En 2014, les fournisseurs d'hébergements touristiques vendéens, toutes catégories confondues, ont investi 4,5 fois plus auprès des opérateurs de voyage en ligne qu'en 2010. Le montant de leurs dépenses est dépendant de leur stratégie d'annonceur et de la nature de leurs hébergements. En moyenne, ces mêmes hébergeurs touristiques sont présents sur 4 sites Internet (moyenne observée) à vocation promotionnelle ou commerciale (hors leur propre site et réseaux institutionnels, offices, agences départementales, etc.).

La présence des fournisseurs d'hébergements touristiques vendéens sur les sites Internet d'agences de voyages en ligne ou des annuaires et agrégateurs s'est accrue entre 2010 et 2014.

Affilié ou présent en tant qu'annonceur sur 2 sites en moyenne en 2010, ce chiffre a doublé en 2014. Le poids de la dépense d'investissement pour assurer cette présence a été multiplié par 4,5 en moyenne sur la même période, notamment sous la pression des opérateurs en ligne décuplant leurs offres de services sous forme d'options payantes (affichage en première position, ajouts de photos, services de traduction, etc., cf. p. 13).

La part des outils de distribution de l'offre varie selon la catégorie des hébergements.

Les résidences, les villages de vacances et les hôtels dépendent largement des agences de voyages en ligne (36 % à 41 %), ainsi que, dans

une moindre mesure des locations de vacances et des chambres d'hôtes (29 % et 27 %).

Pour ces catégories d'hébergements, la distribution directe par mail ou téléphone (hormis pour les résidences et les villages de vacances) arrive en seconde position, aux alentours de 20 %. Cette part monte à plus de 30 % si l'on ajoute à ce mode de distribution la réservation de séjours sur les propres sites Internet des établissements considérés.

Par ailleurs, la part de la distribution des locations de vacances par le biais des réseaux et labels (Gîtes de France, Clévacances...) est plus importante que pour les autres catégories d'hébergements (19 %). Les campings apparaissent, en valeur relative, moins dépendants d'opérateurs extérieurs : 43 % de leur distribution est assurée en direct (mail, téléphone et réservation en ligne sur leurs propres outils).

Hors site Internet propriétaire et institutionnel, chaque hébergement touristique vendéen est présent en moyenne sur 4 sites Internet à vocation commerciale ou promotionnelle (agence de voyages en ligne, comparateurs, annuaires, marques ou réseaux...)

	campings	hôtels	résidences et VV	locations de vacances	chambres d'hôtes	ensemble
<i>moyenne 2014</i>	5	5	5	3	4	4
2014 : maximum	8	8	9	12	10	12
2014 : minimum	2	2	1	1	1	1
en 2010	2	2	2	2	2	2

Source : Vendée Expansion – décembre 2015

Part des outils de distribution de l'offre des fournisseurs par catégorie d'hébergements touristiques en Vendée en 2014 (en % de citations exprimées par les hébergeurs touristiques de Vendée - enquête automne 2015)

	campings	hôtels	résidences et VV	locations de vacances	chambres d'hôtes	ensemble
Mails et téléphone	23%	20%	16%	22%	22%	22%
Réservations sites Internet des fournisseurs d'hébergement	20%	14%	10%	9%	13%	12%
Agences de voyages en ligne	12%	36%	41%	29%	27%	28%
Institutionnels du tourisme	19%	13%	14%	16%	19%	16%
Marques (réseaux et labels)	9%	5%	4%	19%	13%	13%
Agrégateurs, comparateurs et annuaires	5%	4%	8%	4%	5%	5%
Comités d'entreprises et tour-opérateurs	12%	8%	8%	1%	2%	4%

Source : Vendée Expansion – décembre 2015



LES OPERATEURS DE VOYAGES EN VENDÉE

E.TOURISME, ANNONCEURS ET MODÈLE ÉCONOMIQUE

La massification des échanges sur Internet et la progression du e.commerce modifient le marché de la vente de séjours. **En Vendée, la part de marché des agences de voyages en ligne (OTA) progresse de 15 % entre 2010 et 2014** impactant en conséquence le modèle économique de la distribution de l'offre en hébergement. Les opérateurs de voyages en ligne rivalisent d'ingéniosité pour fabriquer des offres et des vitrines renforçant la distribution et la position de leur site Internet.

Évolution notable, le chiffre d'affaires issu de la vente directe entre le fournisseur d'hébergements touristiques et le client final recule de 10 % entre 2010 et 2014, même s'il reste à un niveau plutôt élevé (46 % en moyenne). De la même manière, les sites d'annuaires, agrégateurs d'offres, marques et labels présentent moins d'impact dans le chiffre d'affaires des hébergeurs touristiques en 2014 qu'en 2010 (- 8 %). A contrario, le poids des agences de voyages en ligne progresse de 15 %, et celui des institutionnels du tourisme de 5 %. A noter que ces résultats sont plutôt en concordance avec la part des outils de distribution de l'offre tels qu'ils sont perçus par les hébergeurs.

Ces évolutions impactent l'activité des fournisseurs d'hébergements. Passant d'une activité économique très centralisée, la montée en puissance des intermédiaires de vente oblige à s'inscrire dans un modèle économique multi-paramétrable.

Les catégories d'opérateurs du tourisme en ligne adoptent des modèles différenciés représentant tous un coût pour les fournisseurs d'hébergements.

Si le principe de gratuité semble avéré pour des intermédiaires de l'information touristique (guides, annuaires), des coûts supplémentaires favorisant le référencement et la visibilité de l'offre sont souvent nécessaires et divergent finalement peu des traditionnels guides et annuaires imprimés. Les opérateurs technologiques, les labels et les réseaux apportent des solutions de réservation en ligne dont le coût est supporté par les fournisseurs d'hébergements la plupart du temps sous la forme d'une adhésion, de frais de maintenance et d'un pourcentage de commission sur les ventes réalisées. Enfin, les agences de voyages en ligne se rémunèrent principalement sur les ventes à des taux souvent plus élevés que les autres catégories d'acteurs (10 % à 30 %).

Ventilation du CA des hébergeurs vendéens (tous hébergements touristiques) par type de circuit de distribution en 2014 et évolution depuis 2010 en valeur relative moyenne

<i>circuits de distribution</i>	% CA	évolution/2010
Ventes directes : mails, téléphone et réservations sites Internet des fournisseurs d'hébergement	46%	↘ -10%
Agences de voyages en ligne (OTA)	27%	↗ +15%
Institutionnels du tourisme (dont « Open System »)	16%	↗ +5%
Agrégateurs et annuaires	9%	↘ -8%
Comités d'entreprises et tours opérateurs	2%	→ stable

Source : Vendée Expansion – décembre 2015

Principes généraux du modèle économique des opérateurs de voyage en ligne

	Annuaire, guides de voyages	Agences de voyage en ligne (OTA)	Comparateur, agrégateurs	Opérateurs technologiques	Marques, réseaux, labels, franchises
gratuité	X		X		
forfait annuel	X	X		X	X
création de compte	X			X	X
dépôt d'annonces	X			X	X
gestion de planning (disponibilités)	X			X	X
options payantes (visibilité, photos, mises à jour...)	X	X			
frais de mise en service, maintenance				X	X
commissions sur les ventes (3 % à 30 %)		X		X	X

Source : Vendée Expansion – décembre 2015



LES OPERATEURS DE VOYAGES EN VENDÉE

E.TOURISME ET ÉVOLUTIONS RÉGLEMENTAIRES

La rapide montée en puissance des opérateurs de voyages en ligne associée à la transformation des échanges, sous une forme dite collaborative, produit en quelques années une arrivée massive sur le marché de nouveaux entrants, pour la plupart des particuliers, profitant d'un effet d'aubaine pour commercialiser un bien propre, location de vacances, résidence secondaire ou résidence principale. Ces nouveaux entrants bouleversent le modèle économique encore dominant il y a quelques années et ont tendance à s'affranchir, souvent par méconnaissance, des règles inhérentes aux activités de tourisme. Différentes problématiques liées à ces pratiques sont énumérées ici.

Sur la concurrence entre les différentes catégories d'hébergements touristiques

Les activités commerciales d'hébergement touristique sont soumises aux mêmes règles que celles en vigueur dans d'autres activités : TVA, impôt sur les bénéfices, taxes diverses d'activité, réglementations sanitaires, sécurité pour les établissements recevant du public (ERP), accessibilité, etc.

Sur le respect des obligations réglementaires en matière de déclaration d'activité d'hébergement touristique

Le propriétaire d'une location meublée, ainsi que d'une chambre d'hôtes, a l'obligation de déclarer son activité à la mairie de résidence du bien loué. A titre facultatif, le propriétaire d'une location meublée peut demander le classement de son hébergement.

Sur la connaissance de la capacité d'accueil touristique d'un territoire

L'absence d'un état réel de l'offre en hébergement touristique rend difficile la connaissance de la capacité d'accueil d'un territoire. Elle handicape la vision prospective des collectivités en matière de développement tant sur le plan qualitatif, économique que quantitatif.

Sur l'impact de la collecte de la taxe de séjour

L'absence de déclaration d'activité de certains hébergeurs grève la perception de la taxe de séjour, alors même que les occupants de leur bien ont bénéficié des services de la collectivité pendant une période donnée.

Le législateur apporte aujourd'hui des réponses⁽⁺⁾ encadrant le développement de ces activités dans un cadre réglementaire stricte visant à l'identification et à la déclaration des activités (déclaration, classement, collecte de la taxe de séjour, imposition des revenus issus de l'activité de loueur en meublé).

(+) LE PLUS

pour en savoir davantage

ACTUALITÉS

> **Fiscalité de l'économie collaborative (projet de loi budgétaire 2016)** : <http://www.vie-publique.fr/actualite/dossier/rub1859/economie-collaborative-nouveau-modele-socio-economique.html>

RÉGLEMENTATIONS

> **Déclaration en mairie de location d'un meublé de tourisme** : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F2043>

> **Classement des hébergements touristiques** : <https://www.classement.atout-france.fr/>

> **Taxe de séjour (décret du 31 juillet 2015)** : <http://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2015/7/31/INTB1502199D/jo>

> **e.commerce** : <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23455>



LES OPERATEURS DE VOYAGES EN VENDÉE

SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS

- Poids de la **webopshère** tous acteurs confondus au niveau mondial

> 1 000 000 000 de sites Internet dans le monde

> 3 200 000 000 utilisateurs

- Poids du **e.commerce** tous acteurs confondus au niveau mondial en 2015



1,462 milliards Monde (2014)

424 milliards Europe (2014)

62,5 milliards France



164 000 sites Internet

6 000 sites font 89 % du CA du e.commerce en France

LES OPERATEURS DE VOYAGES EN VENDÉE

SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS



► Poids du **e.tourisme** tous acteurs confondus au niveau de la France en 2015



18,9 milliards e.tourisme (30 % du e.commerce)



14,8 millions d'utilisateurs

évolution de + 4 % (2015/2014)

► CA du **TOP 5** des **OTA** (mondial)

Booking¹
(groupe Priceline)

5,8 milliards de \$ (2014)

Expédia²

5,76 milliards de \$ (2014)

Tripadvisor³

1,492 milliard de \$ (2015)

AirBnB⁴

900 millions de \$ (prévisionnel 2015)

Homeaway⁵
(dont Abritel et Homelidays)

440 millions de \$ (2014) dont
66,871 millions d'€ en France

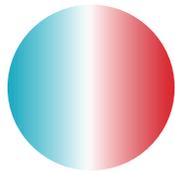
Sources : (1) www.capital.fr; (2 et 3) www.tendancehotellerie.fr; (4 et 5) www.capital.fr



LES OPERATEURS DE VOYAGES EN VENDÉE

SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS

► Poids des OTA en France : volumes d'offres disponibles (décembre 2015)



1 224 000



45 938

3,8 % de l'offre nationale



VENDÉE

20 893

1,7 % de l'offre nationale

► Part des OTA dans la distribution de l'offre des hébergeurs touristiques (toutes catégories confondues) en Vendée en 2014

28 %

de l'offre en hébergements
touristiques est distribuée
par des OTA

34 %

ventes directes

29 %

réseaux, labels et institutionnels

9 %

annuaires, CE, TO

LES OPERATEURS DE VOYAGES EN VENDÉE

SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS



► Part des **OTA** dans la distribution par catégorie d'hébergement touristique en Vendée en 2014

	campings	hôtels	résidences et VV	locations de vacances	chambres d'hôtes
OTA	12 %	36 %	41 %	29 %	27 %
ventes directes	43 %	34 %	26 %	31 %	35 %
réseaux, labels et institutionnels	28 %	18 %	18 %	35 %	32 %
annuaires, CE, TO	17 %	12 %	16 %	5 %	7 %

► Ventilation du **CA** des hébergeurs vendéens (toutes catégories) en 2014 et évolutions depuis 2010

en valeur relative moyenne



46 %

ventes directes



depuis 2010



27 %

Online Travel Agency



depuis 2010



16 %

réseaux et institutionnels



depuis 2010



11 %

CE/TO annuaires



depuis 2010

Sources : Vendée Expansion – décembre 2015

Consultez et téléchargez
gratuitement toutes nos publications sur



www.vendee-expansion.fr