



CONVERGENCES 2021

Rencontres Partenariales du Comité Régional
du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie

L'EUROPE S'ENGAGE
L'OCCITANIE AGIT



UNION EUROPÉENNE



Projet cofinancé par
l'Union européenne.
L'Europe s'engage avec
le Fonds européen de
développement régional.

 **occitanie**
Sud de France

tourisme-occitanie.com

Introduction

« Commercialisation :
quel rôle pour les destinations
touristiques ? »

- ✓ Jean PINARD, Directeur général du CRTL Occitanie
- ✓ Nicolas BARRET, CEO UNIGO

INTRODUCTION : « Commercialisation : quel rôle pour les destinations touristiques ? »

Nicolas BARRET
CEO UNIGO

SOMMAIRE DE LA JOURNÉE

- **10h30-11h : Ouverture des travaux**
- **11h - 12h30 - Table-ronde n°1 : « Les grands acteurs de la commercialisation en ligne ont-ils besoin des destinations ? »**
- **14h - 15h30 -Table-ronde n°2: « Territoires : quels résultats pour les dispositifs de commercialisation en Occitanie ? »**
- **15h45 -17h15 - Table-ronde n°3 : « Producteurs, distributeurs et destinations : de nouvelles coopérations sont-elles possibles ? »**
- **17h15 -17h30 : Conclusion et clôture de la journée**

Le E-commerce en France : tourisme premier secteur

38,8 millions

- De français achètent sur internet (2019 – Fevad)
- **87,5%** des internautes achètent sur internet
- Sur-représentation des **moins de 35 ans**
- Mais aussi 8 internautes / 10 des **plus de 65 ans** achètent sur internet

92,6 milliards

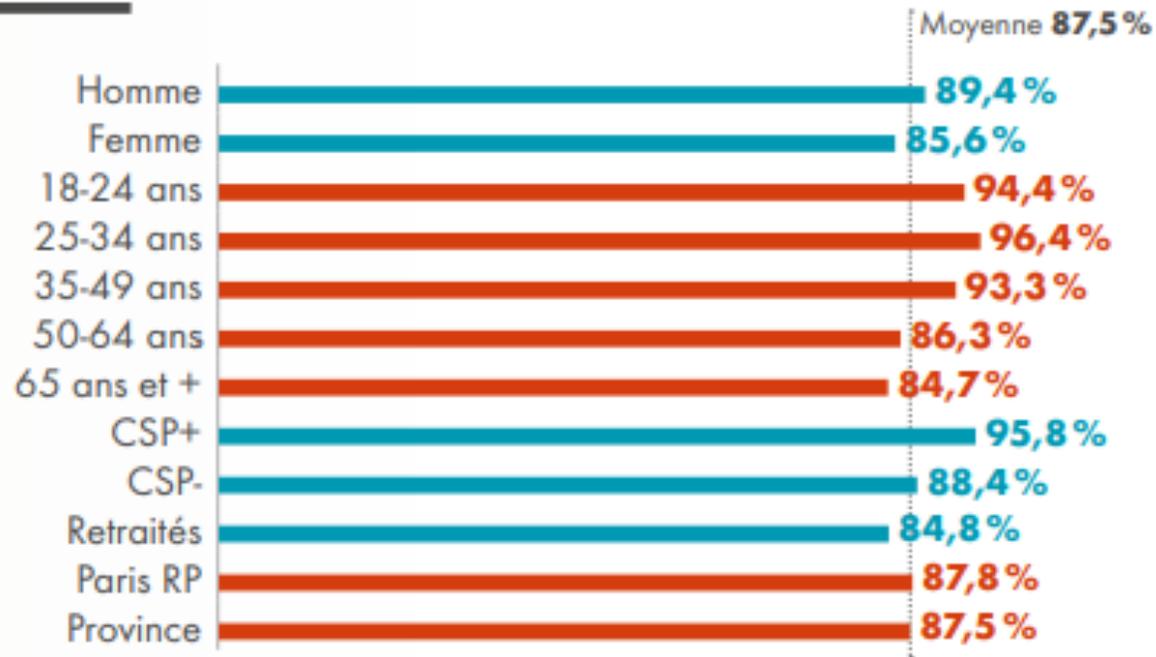
- De Chiffre d'affaires du E-commerce en France en 2018 (**+13%** vs 2017)
- **1,505 milliards** de transactions en ligne (**+20%** vs 2017)
- **22%** des achats réalisés sur terminaux mobiles

19,8 milliards

- De Chiffre d'affaires pour le tourisme en ligne en 2018
- **Tourisme secteur N°1** du e-commerce avec **44%** de part de marché
- Les Produits culturels (pdm 48%) représentent 4,1 milliards

Le E-commerce en France : qui sont les e-acheteurs

PART DES E-ACHETEURS PAR CIBLE D'INTERNAUTES



source : Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet - T1 2019.

CE QU'ILS ACHETENT

58 %

- HABILLEMENT / MODE

50 %

- PRODUITS CULTURELS

40 %

- **TOURISME / VOYAGE**
- *Plus de 15 millions de français ont acheté en 2018 au moins une prestation de tourisme sur internet*

Le E-commerce en France

61,5 €

- Montant moyen d'une transaction

2420 €

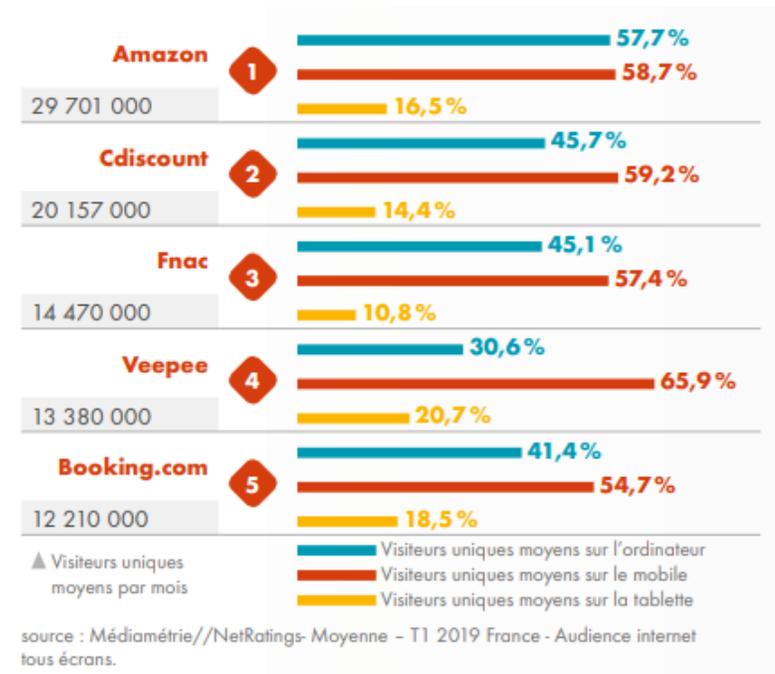
- 2420 € euros par acheteur dépensés par an
- 39 transactions en moyenne

180 000

- Sites marchands actifs

5,5%

- 90 % du CA on-line réalisé par 5,5% des sites (10 000 sites)



Le tourisme est digital

AVANT

88 % utilisation Internet pour préparer ses vacances (81 % des français)

60 % des français partis en 2018 ont réservé sur internet

80 milliards € = E-commerce en France en 2017

30 % des achats internet sur mobile

PENDANT

83 % utilisation Internet

76 % wifi hébergement

64 % smartphone

45 % des requêtes sur smartphone de l'été 2017 concernent le tourisme

APRES

99 % utilisateurs de Facebook postent des photos de leurs vacances

55 % déclarent que utiliser FB donne envie de voyager

Utilisateurs actifs en France :
FB = 31 millions
Youtube 26 millions
Instagram = 12 millions
Snapachat 10 millions

Le parcours client est digitalisé



Pré séjour

Séjour

Post séjour



Susciter l'envie de connaître la destination, le produit...

Générer du trafic et orienter l'utilisateur vers le dispositif d'achat...

La bonne offre au bon prix au bon moment... Tunnel d'achat simple, efficace et sécurisé...

Outils d'organisation, d'accès à l'information, ventes complémentaires, services additionnels...

Relation & dialogue client ; outils pratiques d'information, de guidage pendant le séjour...

Convertir le client en ambassadeur : partage d'expérience

Le parcours client est digitalisé



Pré séjour

Séjour

Post séjour



Susciter l'envie
de connaître la
destination, le
produit...

Générer du trafic
et orienter
l'utilisateur vers
le dispositif
d'achat...

La bonne offre
au bon prix au
bon moment...
Tunnel d'achat
simple, efficace
et sécurisé...

Outils d'organisation,
d'accès à
l'information, ventes
complémentaires,
services
additionnels...

Relation & dialogue
client ; outils
pratiques
d'information, de
guidage pendant le
séjour...

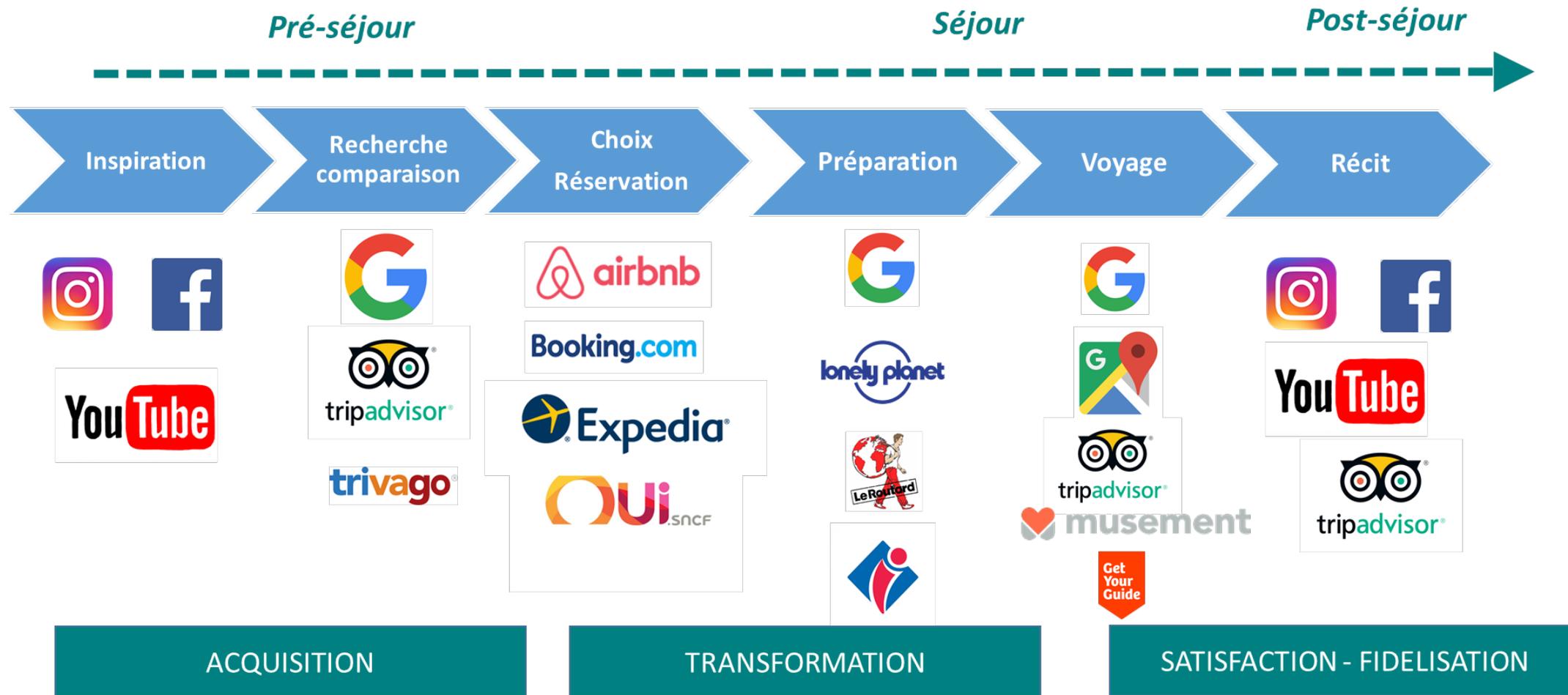
Convertir le client
en ambassadeur :
partage
d'expérience

ACQUISITION

TRANSFORMATION

SATISFACTION - FIDELISATION

Le parcours client est digitalisé et dominé par les géants du web



Penser parcours client

