

TOP 12 SiteMinder des plateformes de réservation hôtelières plébiscitées par les Français en 2021

En 2021, le Top 12 de SiteMinder, recensant les meilleurs créateurs de revenu en termes de réservations hôtelières, révèle des stratégies commerciales plus mondiales en France

Paris – 25 janvier 2022 - [SiteMinder](#), leader mondial des plateformes ouvertes de commerce hôtelier, a révélé aujourd’hui la liste des canaux de distribution qui, au cours de l’année écoulée, ont apporté le plus de revenus en termes de réservations hôtelières. Cette liste concerne la France, mais aussi plus de 20 destinations touristiques parmi les plus visitées.

La liste pour la France s’aligne sur les tendances mondiales. Elle révèle pour les entreprises hôtelières une stratégie de commerce en ligne plus globale, adoptant à la fois des méthodes nouvelles et établies. Cette stratégie commerciale globale assure un meilleur équilibre entre les sources de revenus directes et indirectes. Les réservations directes sont désormais le deuxième moteur de revenus des hôtels français. Elles occupaient la troisième place l’année dernière. Cette amélioration repose sur des investissements accrus en moteurs de réservation, sites web, métarecherche, systèmes de paiement fluides, support de consultants hôteliers et applications spécialisées destinées à générer des conversions. Les réservations directes sont désormais l’un des deux principaux moteurs de revenus, non seulement en France, mais aussi pour plus de la moitié (12) des marchés mondiaux.

Les listes de cette année comprennent également 29 nouveaux canaux de distribution, dont le groupe Smartbox en France. Cette expansion témoigne de l’aptitude des hôtels à adopter de nouvelles sources de revenus. Ces listes mettent de plus en plus en avant Airbnb, qui a progressé sur 12 marchés, dont la France, où la plateforme est passée de la neuvième à la cinquième position et obtenu la désignation « High Riser » de SiteMinder. Airbnb a également fait ses débuts sur trois nouveaux marchés dans le monde, alors que ce canal n’est accessible aux hôtels traditionnels que depuis quatre ans.

En France, les autres résultats majeurs allant dans le sens d’une stratégie de commerce globale incluent :

- Le maintien de la pertinence des chaînes régionales, en particulier dans les endroits où les voyages internationaux sont actuellement réduits. C’est ce qu’ont illustré en France Weekendsk et Infinite Hotel, mais aussi les débuts du groupe Smartbox, qui a capitalisé sur la popularité croissante du secteur de l’expérience, en particulier parmi les milléniaux.
- L’importance continue des grossistes pour de nombreux fournisseurs d’hébergement, avec Hotelbeds, le plus grand bedbank au monde, figurant à nouveau dans le Top 12 en France et dans chaque destination examinée. Infinite Hotel a également conservé sa place dans le Top 12.

- La performance constante des systèmes de distribution mondiaux, qui sont passés de la septième à la sixième place en France. Au niveau mondial, ils ont gagné deux positions ou plus sur sept marchés : l'Asie, le Canada, le Mexique, le Moyen-Orient, les Pays-Bas, les Philippines et la Thaïlande.

« Nous vivons dans une nouvelle ère en termes de clientèle hôtelière, une ère dominée par ce que nous avons identifié comme étant le voyageur dynamique, dont les comportements et les préférences de réservation ont évolué. Nos données mettent en évidence la volonté des hôteliers d'adopter de nouvelles méthodes, mais aussi des méthodes établies, pour attirer ce type de clients. Ils poursuivent une stratégie plus globale visant à vendre, commercialiser, gérer et développer leur activité » explique James Bishop, directeur principal de l'écosystème mondial de SiteMinder.

« Plus clairement, l'augmentation des réservations directes reflète les investissements croissants observés sur les sites web des hôtels, mais aussi en stratégies de métarecherche et en support de conseillers hôteliers locaux. Sur leurs sites web, les hôteliers investissent notamment dans des moteurs de réservation, des options de paiement et des outils de conversion spécialisés. Dans le même temps, une nouvelle cohorte de 29 canaux montre l'ouverture des entreprises hôtelières vis-à-vis d'une approche multicanale plus large. Cette ouverture leur permet de se connecter à des segments de clientèle plus spécialisés ou plus difficiles à atteindre. »

« La popularité d'Airbnb n'est pas une surprise. De nombreux voyageurs continuent en effet à rechercher des options d'hébergement leur permettant de concilier travail et voyage de manière transparente. Les canaux de distribution hôteliers qui s'adressent aux clients effectuant des séjours plus longs et des déplacements professionnels vont donc continuer à enregistrer de bonnes performances. »

Antoine Aubrun, Country Manager de SiteMinder pour la France, ajoute : « Alors que l'environnement hôtelier continue à évoluer, il est agréable de voir les hôtels dans toute la France adopter un éventail plus large de canaux, tant directs qu'indirects, pour attirer de nouveaux clients. Cette tendance témoigne de l'agilité du secteur hôtelier français qui s'adapte aux changements en diversifiant ses stratégies commerciales pour atteindre cette nouvelle catégorie de voyageurs appelée 'les voyageurs dynamiques'. Par exemple, la forte performance du groupe Hostelworld en France, qui est passé de la dixième à la septième position, démontre la puissance actuelle du marché des auberges de jeunesse et des logements communautaires. Les conditions du marché évoluant, il est essentiel que les hôteliers analysent et évaluent en permanence leurs stratégies de commerce en ligne. Ils doivent s'informer sur les canaux de distribution qui s'avèrent les plus efficaces pour garantir des réservations et des revenus aux entreprises locales. »

En France, le Top 12 des canaux de réservation hôteliers en 2021, sur la base du chiffre d'affaires réalisé pour tous les utilisateurs de la plateforme de SiteMinder, est le suivant :

1. Booking.com
2. Sites web des hôtels (réservations directes)
3. Expedia Group
4. Hotelbeds
5. Airbnb
6. Systèmes de distribution mondiaux
7. Groupe Hostelworld
8. HRS - Service de réservation d'hôtel
9. Agoda

10. Groupe Smartbox
11. Infinite Hotel
12. Weekendsk.

Cliquez [ici](#) pour obtenir de plus amples informations sur le Top 12 en France et sur le 'voyageur 2022', informations issues des principaux canaux de distribution.

À propos de SiteMinder

SiteMinder est la première plateforme de commerce hôtelier au monde, classée parmi les pionniers de la technologie pour avoir ouvert l'accès de chaque hôtel au commerce en ligne. C'est ce rôle central qui a valu à SiteMinder la confiance de dizaines de milliers d'hôtels, dans 150 pays, qui l'utilisent pour vendre, commercialiser, gérer et développer leur activité. La société internationale, dont le siège est à Sydney et qui est également installée à Bangkok, Berlin, Dallas, Galway, Londres et Manille, a généré plus de 100 millions de réservations représentant plus de 35 milliards de dollars de revenus pour les hôtels au cours de l'année précédant le début de la pandémie. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.siteminder.com.