

# Petit Déjeuner 5 Mai Expedia x CHL



Alexandre Petrone

Expedia Group



Mathilde Saint Michel

Expedia Group



**Présentation**

**News Expedia Lyon et Expedia Group**

**Bilan 2022**

**Tendances**



Mathilde  
Saint-Michel

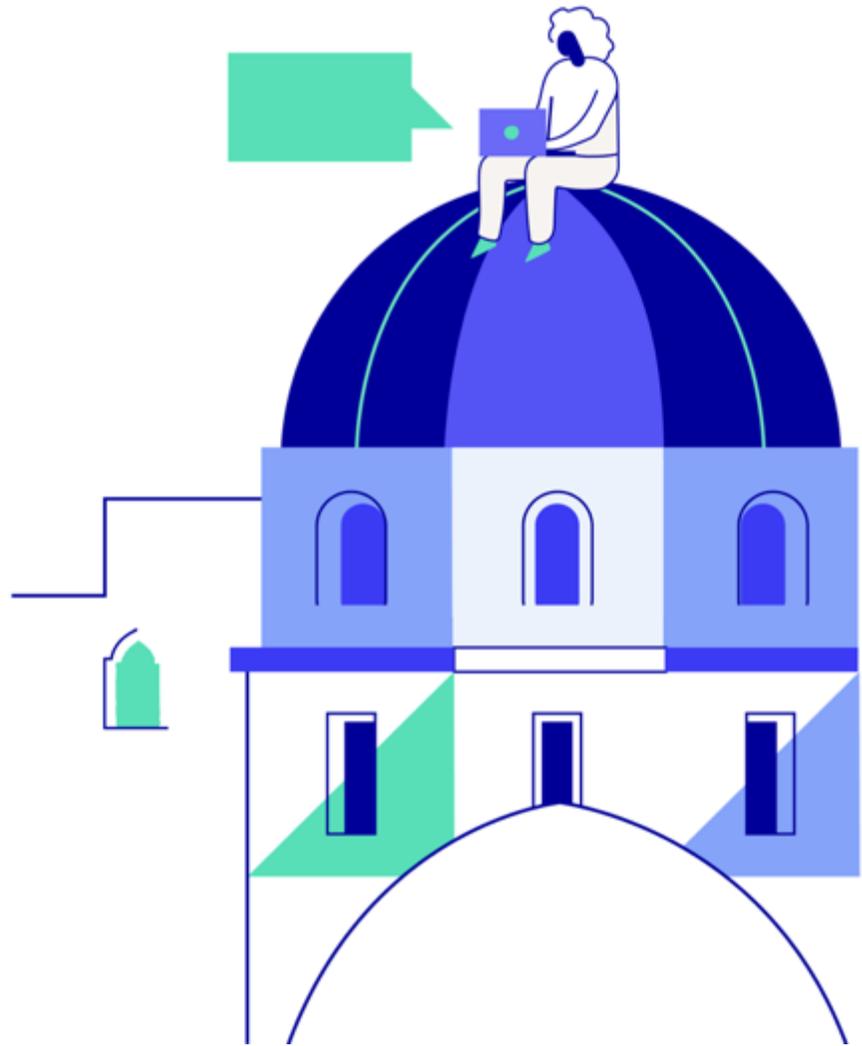
Hotels.com<sup>®</sup>





Alexandre  
Petrone





# News Expedia Lyon

# Nos actions Expedia Lyon



**Webinaires:**  
7 villes partenaires de la  
campagne MESO  
Hotels ACCOR Lyon x 2



**Rencontre avec le Club Hôtelier**  
Echanges newsletters/Trends



**Premier Partner Event Lyonnais**  
Cross collaboration MESO x Desti



**Reprise des Markets visits**



**Signature de nouvelles**  
campagnes pour 2022



**Présence sur les salons**  
Grand Ski  
Rendez-vous en France

**Louvre Hotels**  
GROUP

**Webinaire France avec LHG**



**Présentation d'Expedia auprès**  
de différentes écoles

# DAY OF CARING Lyon



7 bureaux en France pour être plus proche de nos partenaires



**Mathilde Saint-Michel**  
Market Manager



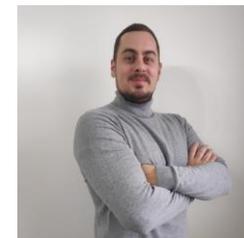
**Alexandre Petrone**  
A. Market Manager



**Javier Canizales**  
Area Manager



**Samuel Bonhomme**  
Market Manager



**Sébastien Brun**  
A. Market Manager



**Bastien Briot**  
A. Market Manager



**Flora Bonnevoy**  
A. Market Manager



**Mickael Gonin**  
A. Market Manager

- Connaissance du marché , connaissance locale
- Participer à des évènements locaux
- Rencontrer les partenaires
- Accompagner nos partenaires dans leurs activités
- Optimiser les ventes sur le marché
- Participer au développement et à la notoriété de la ville de Lyon
- Assurer la pérenité du tourisme

# Améliorer la conversion sur la destination de Lyon auprès de nos clients locaux et internationaux

Une occasion unique de **mutualiser les investissements** entre les parties prenantes du secteur.

Exemple :

- Les hôtels
- Magasins et centres commerciaux
- Les organisation de Marketing de destination
- Compagnies aériennes
- Expedia Group

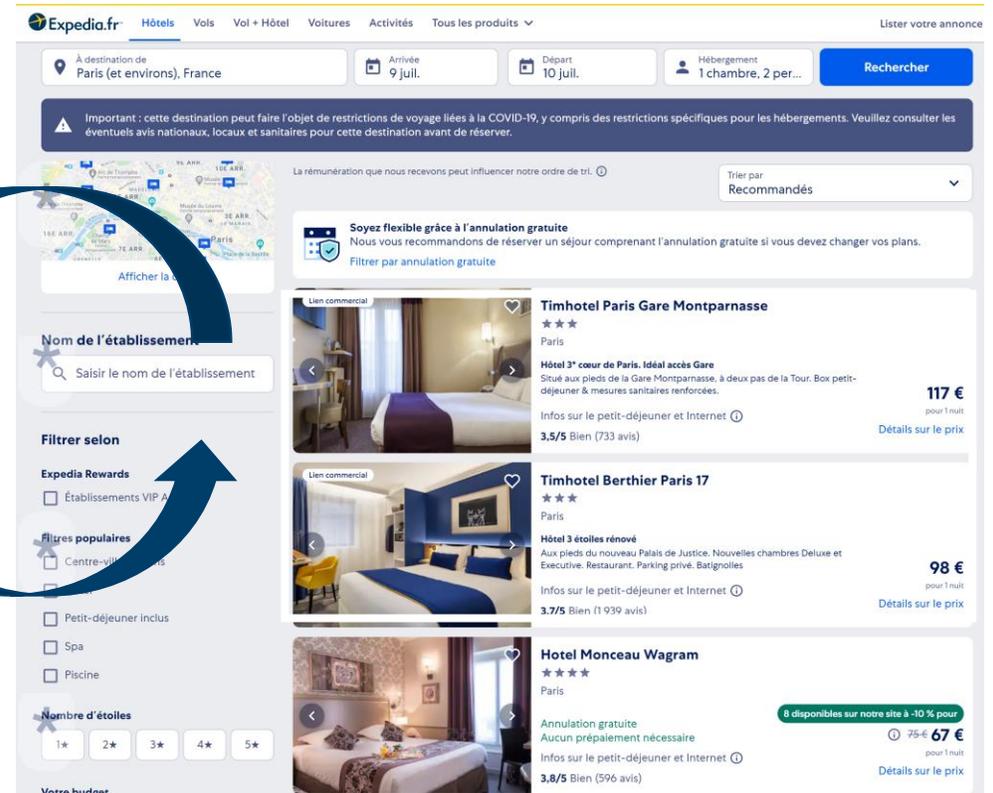
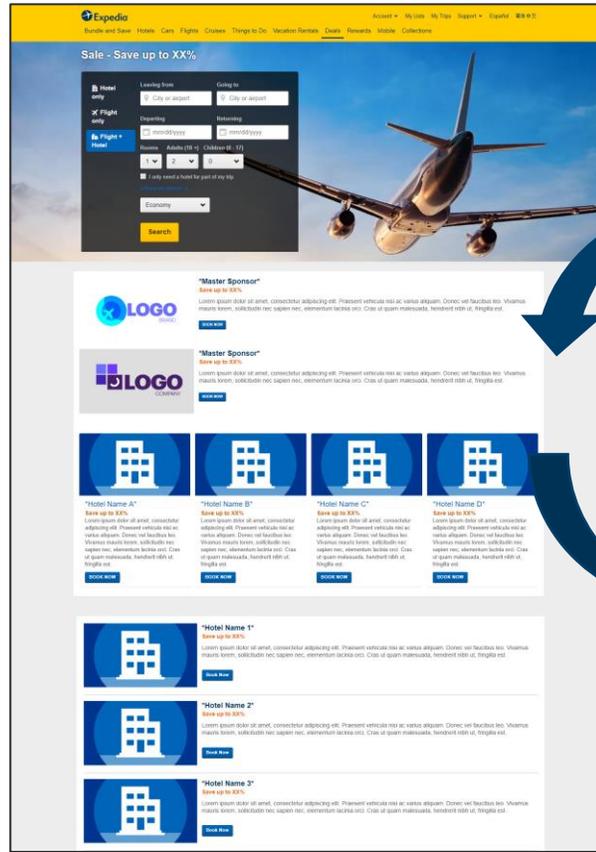
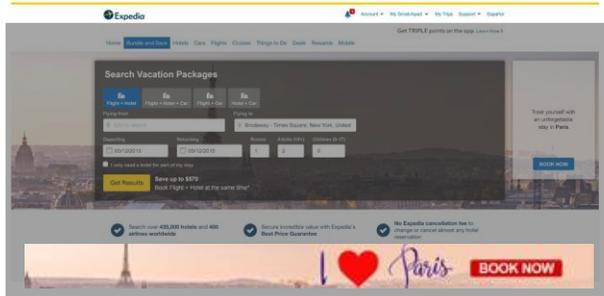


# Exemple de campagne : TravelAds + Display

1. Menez avec des placements très ciblés sur les pages de résultats pour influencer les comportements d'achat : City breaks, intérêt culturel....

2. Création d'une page de renvoi où les utilisateurs peuvent consulter le contenu ainsi que les offres de la destination.

3. Pousser la visibilité des hôtels sur nos plateformes via TravelAds



# Détails de la campagne : Co-Op Paris été 2022



## **Objectif de campagne :**

*Promouvoir les hébergements de Paris et l'Art de Vivre avec un focus sur les hôtels 4 et 5 étoiles*



## **Période de réservation :**

*24 Juin - 23 Septembre 2022*



## **Point de vente :**

*USA*



## **Focus Marque :**

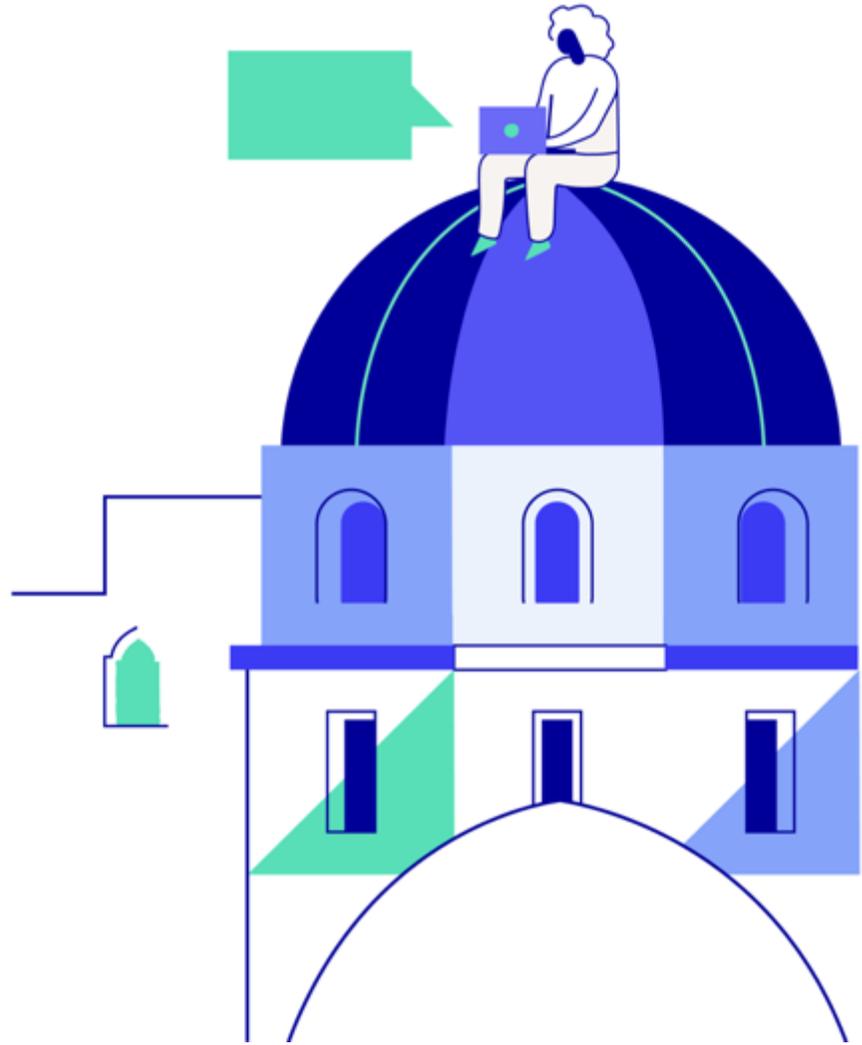
*Hotels.com & Expedia*



## **Date limite de souscription :**

***13 Mai 2022***





# News Expedia Group



ADWEEK



SUPER BOWL  
**Ewan McGregor Goes Wavespotting in  
Expedia Super Bowl Ad Preview**

The online vacation company also lets viewers 'travel the ad' with \$120,000 in rewards point giveaways

**Ewan McGregor And Expedia  
Have Teamed Up To Give Away  
Free 'Trips' On Super Bowl  
Sunday**

**Forbes**

Marseille  
OFFICE DE TOURISME  
ET DES CONGRÈS

BAIN DE  
SOLEIL À  
MARSEILLE !

RÉSERVER

CANNES  
CÔTE d'AZUR  
FRANCE

CANNES  
— toivottaa —  
sinut tervetulleeksi  
auringonpaisteessa  
ja parhaiden  
olosuhteiden ja  
rajoitusten kanssa

Varaa nyt

CET ÉTÉ,  
JE VOYAGE ICI  
EN OCCITANIE

Je réserve

occitanie  
Sud de France

LA REUNION  
L'ÎLE INTENSE

INTENSÉMENT  
AVENTURE

alpes  
DU SUD

#JeRedécouvre  
laFrance

puresnow

Découvrez  
les îles de  
Guadeloupe  
d'un voyage  
à l'autre

J'y vais

#JeRedécouvre  
laFrance

LES ÎLES DE  
GUADELOUPE  
Il y a tout d'être en elles

#JeRedécouvre  
laFrance

CAN'T HELP  
falling in love  
IN SAINT-MARTIN

Sable blanc,  
mer turquoise...  
Un paradis pour  
les amoureux

J'y vais !

#JeRedécouvre  
laFrance

CAN'T HELP  
falling in love  
IN SAINT-MARTIN

Ici, mon rêve  
devient accessible

J'y vais !

## Objectif de la campagne

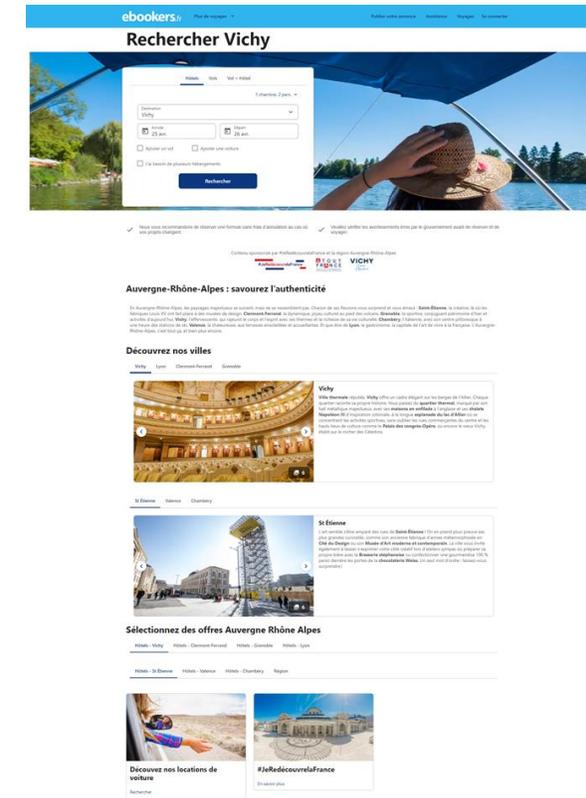
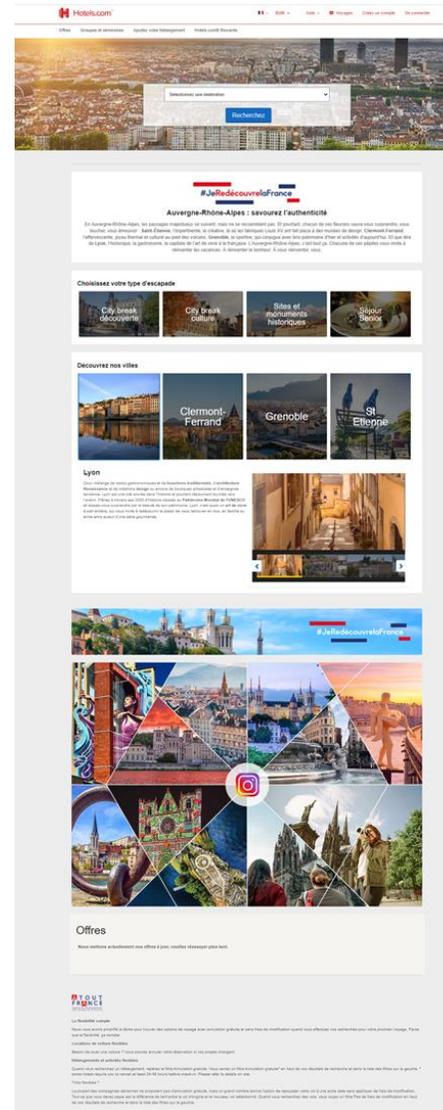
**Booster les réservations  
City Break**

## Cible

**France & Allemagne & Suisse &  
Belgique  
Mai à Octobre**

## Marché

**Lyon  
Vichy  
Chambéry  
Grenoble  
Valence  
Saint Etienne  
Clermont**





## Package

La visibilité de la **sélection de sièges** lors d'une réservation de vol a été renforcée sur Expedia.com.

Cette amélioration de l'expérience client a permis d'augmenter de **+ 94% le nombre de réservations** de vols sur le site mobile. Cette fonctionnalité va être déclinée sur le desktop & l'application mobile.

Avant cette fonctionnalité n'était accessible que pour certaines compagnies aériennes et uniquement sur la page de paiement, or 60% de nos clients quittaient le site mobile avant d'arriver à cette étape.



## Rewards

Expedia Rewards & Hotels.com Rewards ont été désignés tous les 2, meilleurs **programmes de fidélité** aux USA dans la catégorie « **Transport & Voyage** » par le magazine Newsweek.

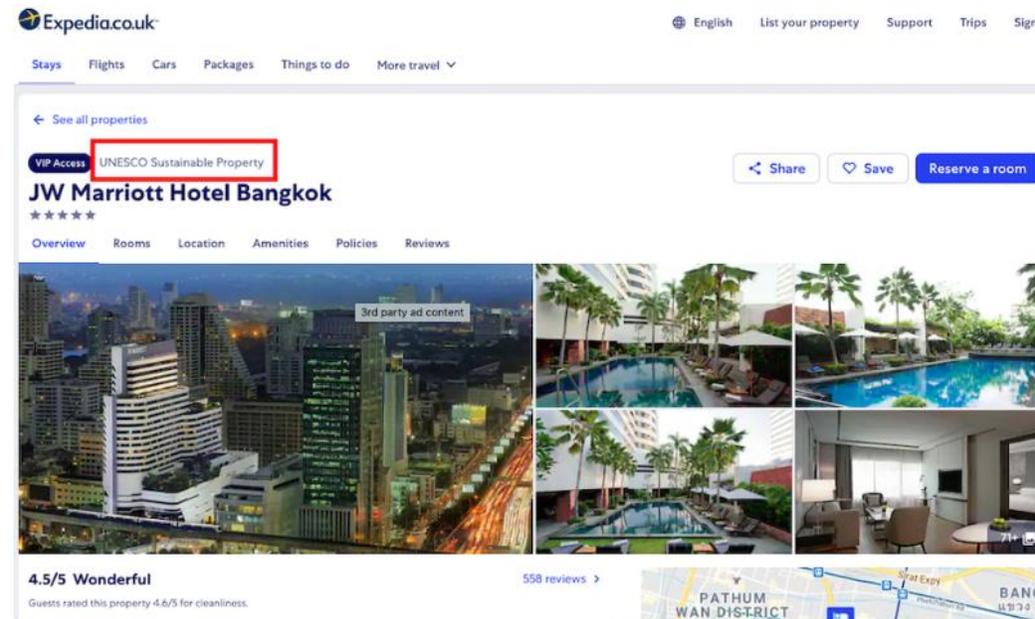
Ce titre recommence tout le travail qui a déjà été mené par nos équipes pour mieux récompenser nos clients les plus fidèles. Sachant que de grands changements sont à venir cette année avec la mise en place du programme **Expedia Rewards 2.0 qui va unifier l'ensemble des programmes de fidélité du groupe en 1.**

# Unesco Pledge – Benefices pour les partenaires

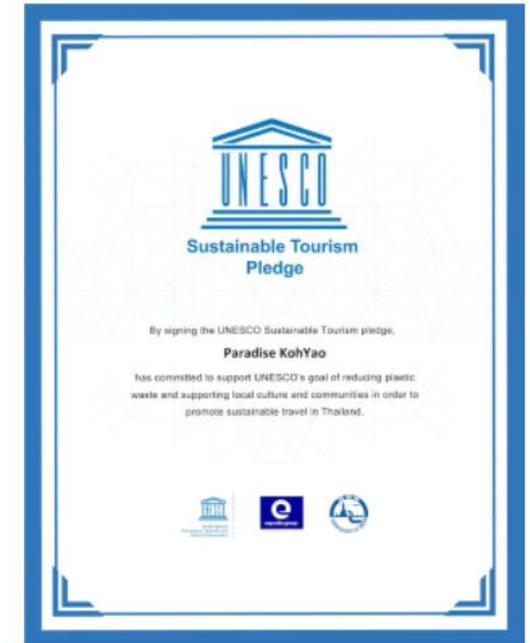


- Signature d'un accord pour promouvoir le tourisme Eco Responsable.
- Répondre aux questions pour obtenir un badge éco responsable sur nos sites et un certificat à afficher dans l'établissement
  - Influence dans les réservations des clients

<https://unescosustainable.travel/>

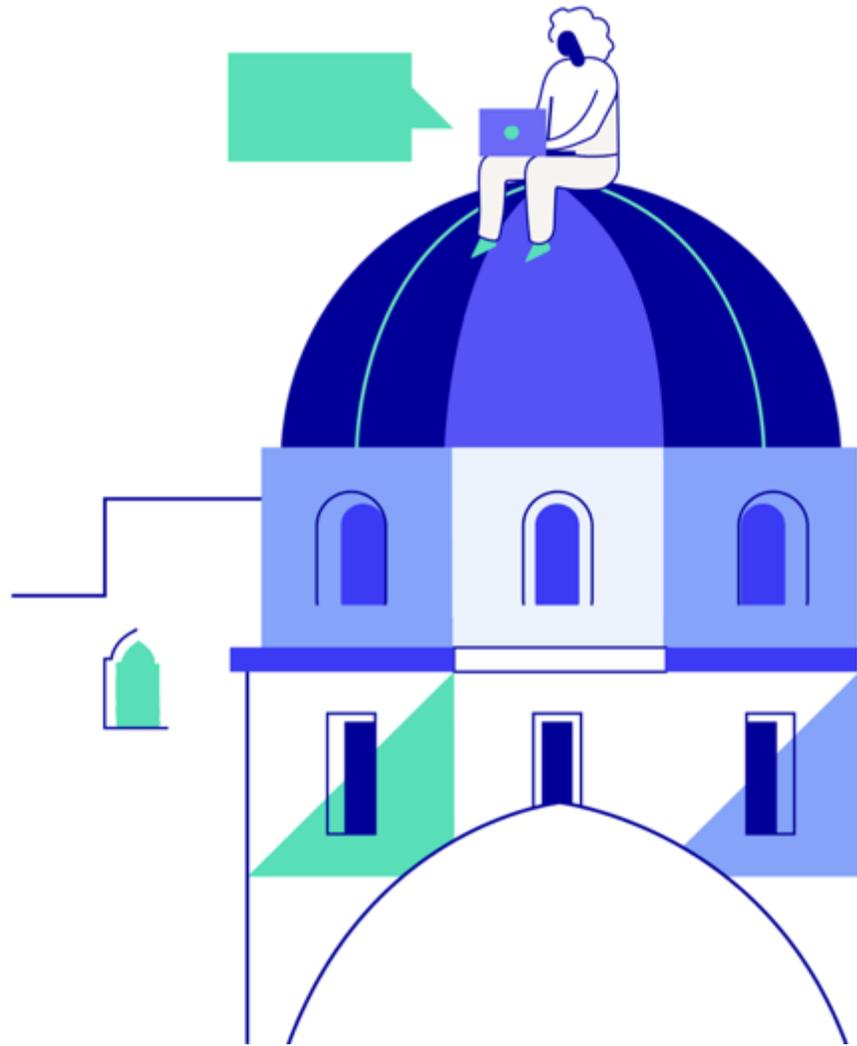


Partner Pledge listing



Partner Pledge certificate

<https://www.tendancehotellerie.fr/articles-breves/communique-de-presse/17300-article/green-key-international-s-associe-a-expedia-group-dans-l-engagement-de-l-unesco-en-faveur-du-voyage-durable>



# Tendances globales



Partiront en vacances en famille ou entre amis dans les 6 prochains mois



Recherchent des séjours de courtes durées



Des personnes qui sont en home office choisiront un bleisure



**A\$2,845**  
in USD: \$2,050

AUSTRALIA



**¥14,270**  
in USD: \$130

JAPAN



**C\$2,567**  
in USD: \$2,020

CANADA



**MX14,813**  
in USD: \$710

MEXICO



**€1,464**  
in USD: \$1,660

FRANCE



**£1,567**  
in USD: \$1,830

UK



**€1,607**  
in USD: \$2,060

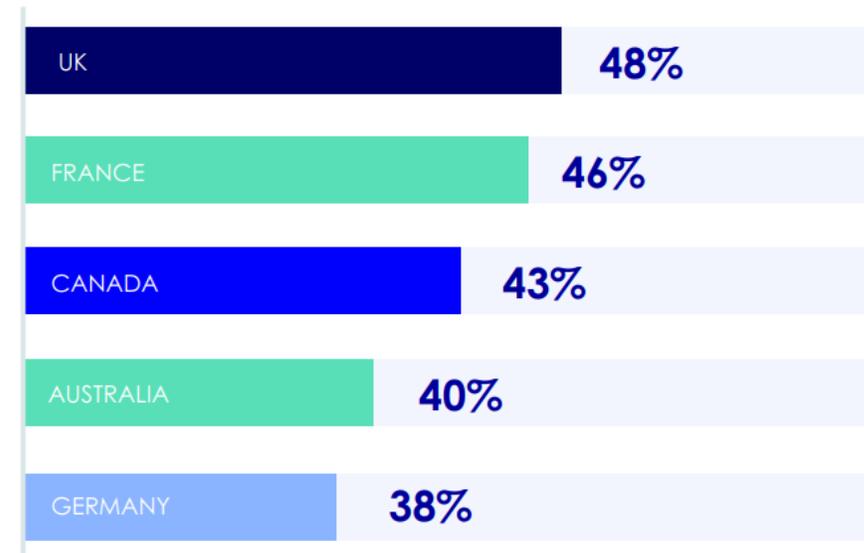
GERMANY



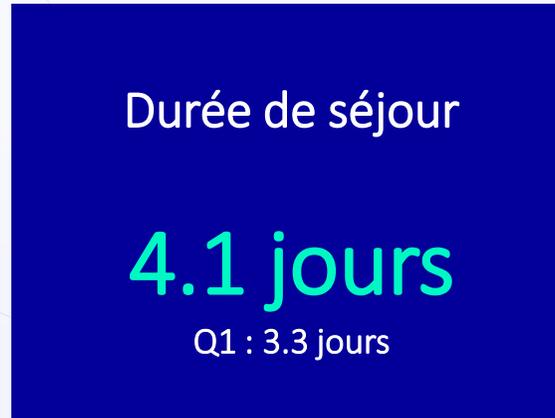
**\$2,353**

US

People who live in the following countries will travel the most internationally in the next six months:



Février 2021 Wakefield research auprès de 8000 adultes dans 8 pays USA, Canada, Mexique, UK, France, Japon et Australie



**Hotels.com** **39%** (Q1 : 46%)

 **EGENCIA**  
BUSINESS TRAVEL • EXPEDIA, INC. **13%** (Q1 : 17%)

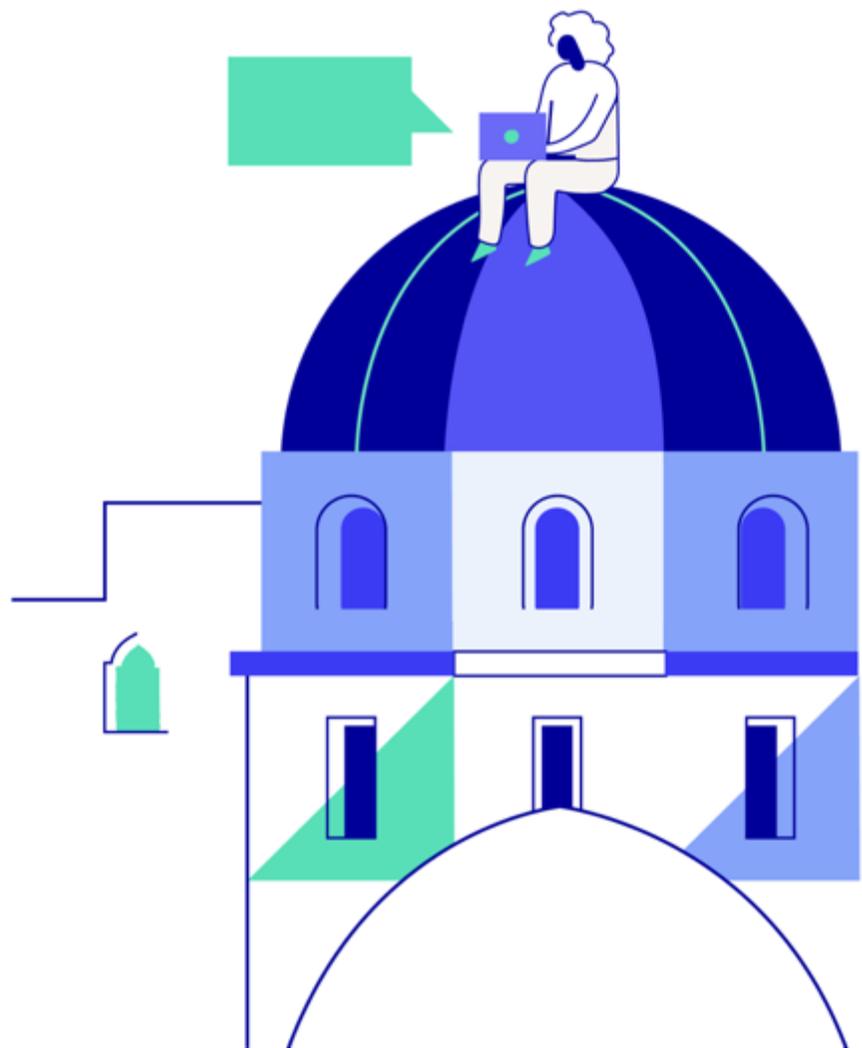
 **Expedia** **14%** (Q1 : 8%)



**17%** (Q1 : 10%)



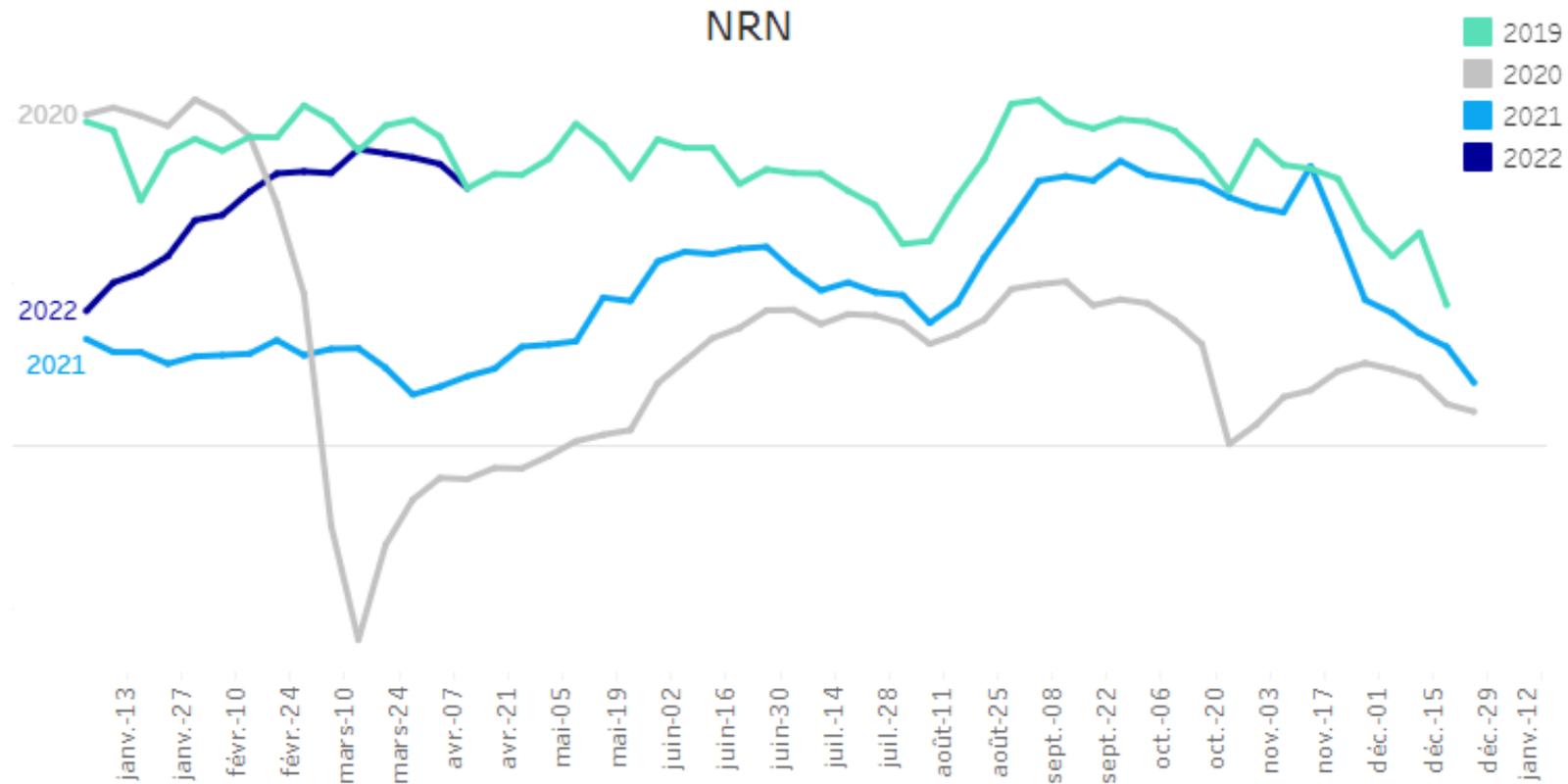
**27%** (Q1 : 30%)



# Tendances LYON



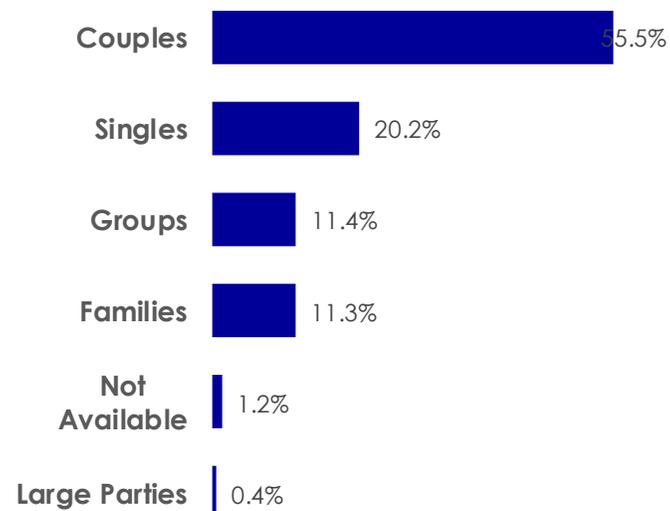
# Evolution des Nuits sur Lyon



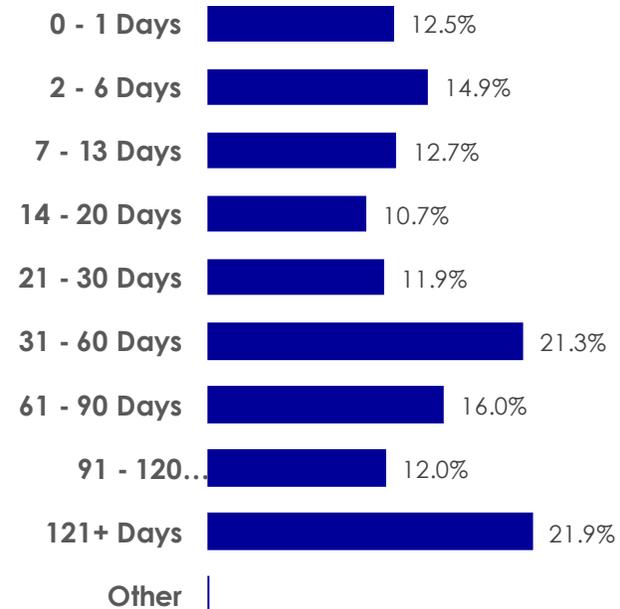
Belle croissance depuis le début de l'année malgré des vacances scolaires en recul

## 12 Prochains Mois

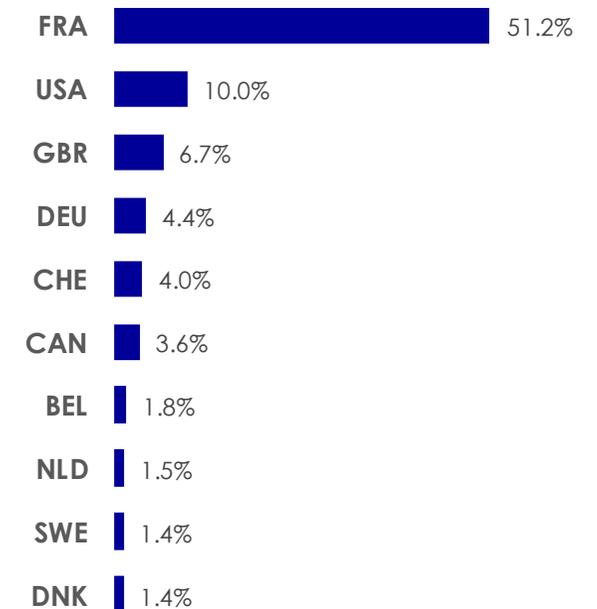
### Demand by Traveler Type



### Demand by Search Window



### Demand by Traveler Country



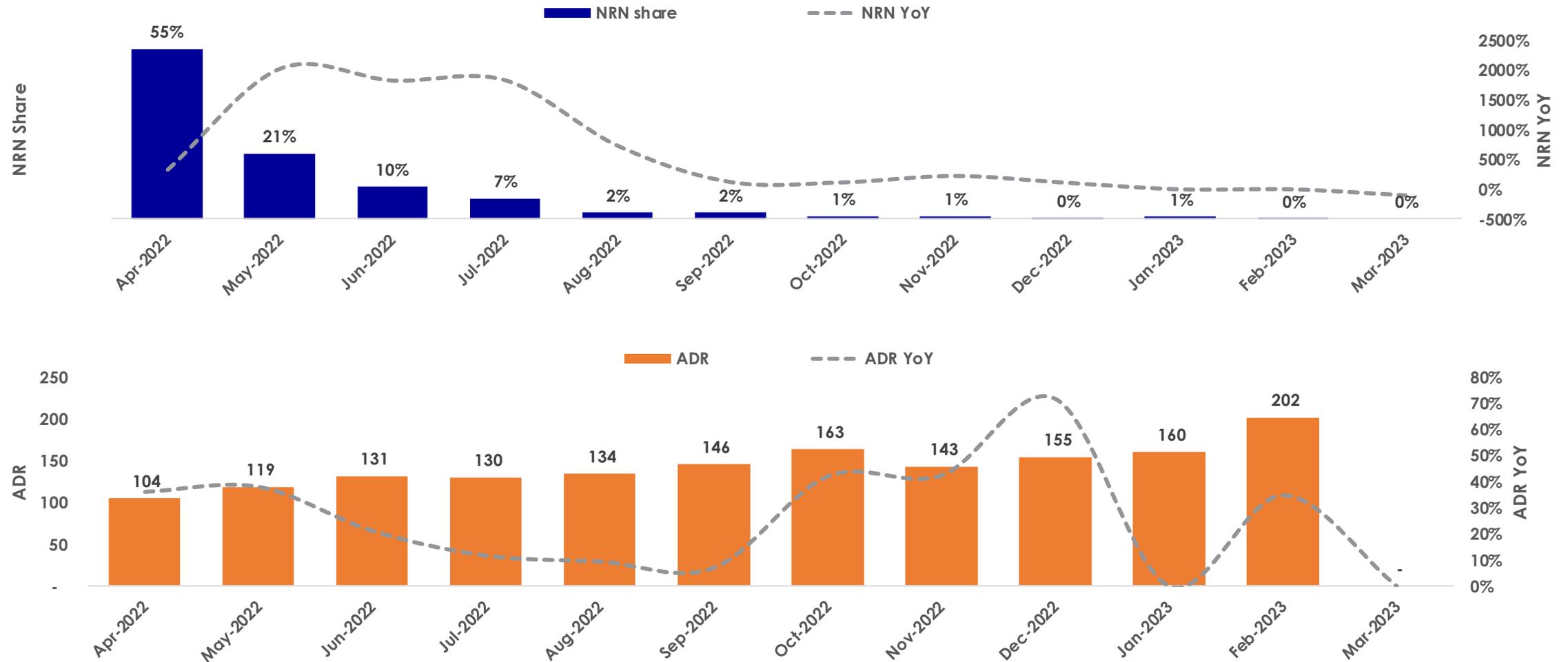
55% sont des couples mais le corpo reste présent avec 20% . La demande par booking window est très équilibré sur le marché lyonnais.

# Production sur le marché lyonnais

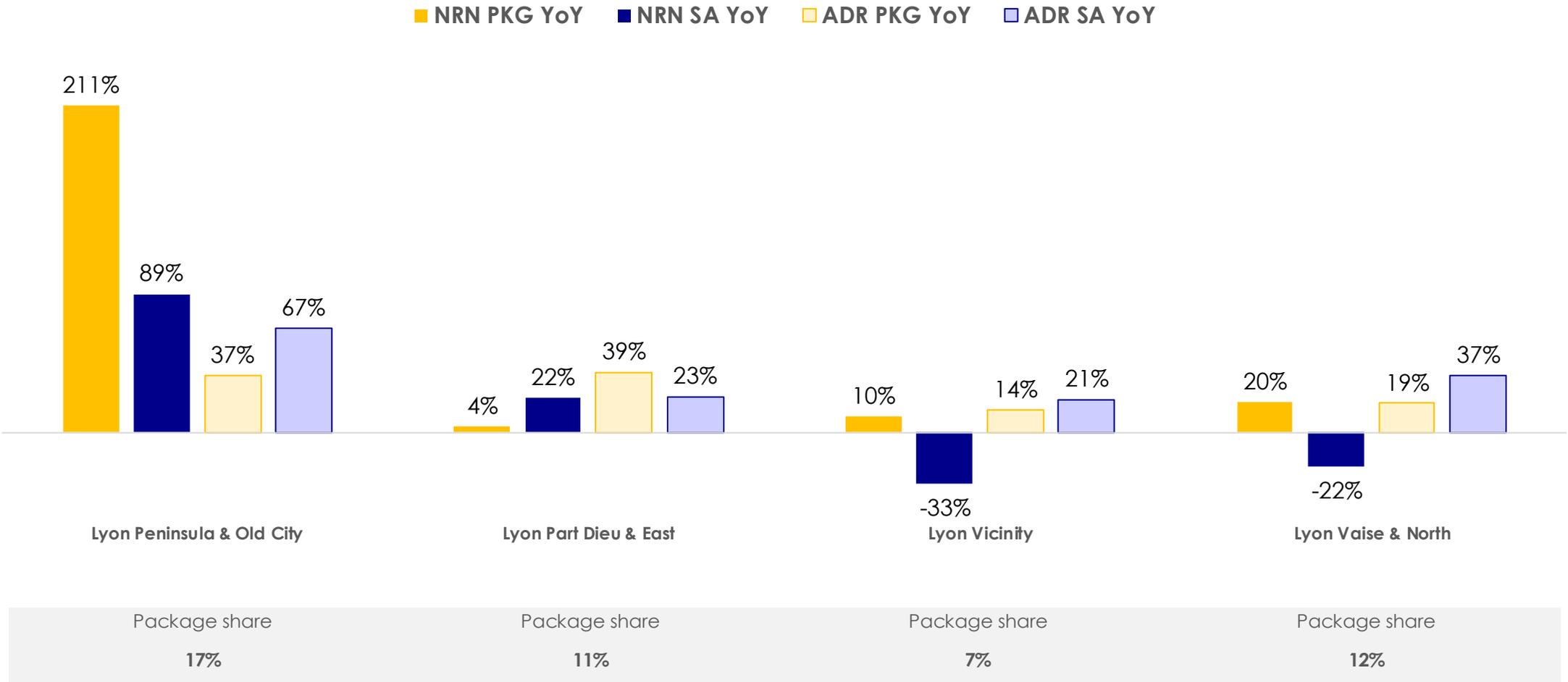
# Tendances de production sur Lyon



## Séjour sur les 12 prochains mois



## Standalone vs Package YoY by Submarket (top NRN submarkets)





**Lyon Presqu'île 35%**

- 148\$



**Lyon Part Dieu 31%**

- 103\$



**Lyon Vicinity 16,7%**

- 90\$

Fenêtre de réservation

**29 jours**

Q1: 27 jours

Durée de séjour

**3 jours**

Q1 : 3.1 jours

Prix moyen

**130\$**

Q1 : 121\$

**Hotels.com**

**41%** (Q1 : 40%)

 **EGENCIA**  
BUSINESS TRAVEL • EXPEDIA, INC.

**20 %** (Q1 : 20%)

 **Expedia**

**7 %** (Q1 : 7%)



**12%** (Q1 : 12%)

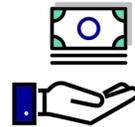


**26%** (Q1 : 25%)

# Production par Catégorie



Room Nights



Average Daily Rate



Booking Window



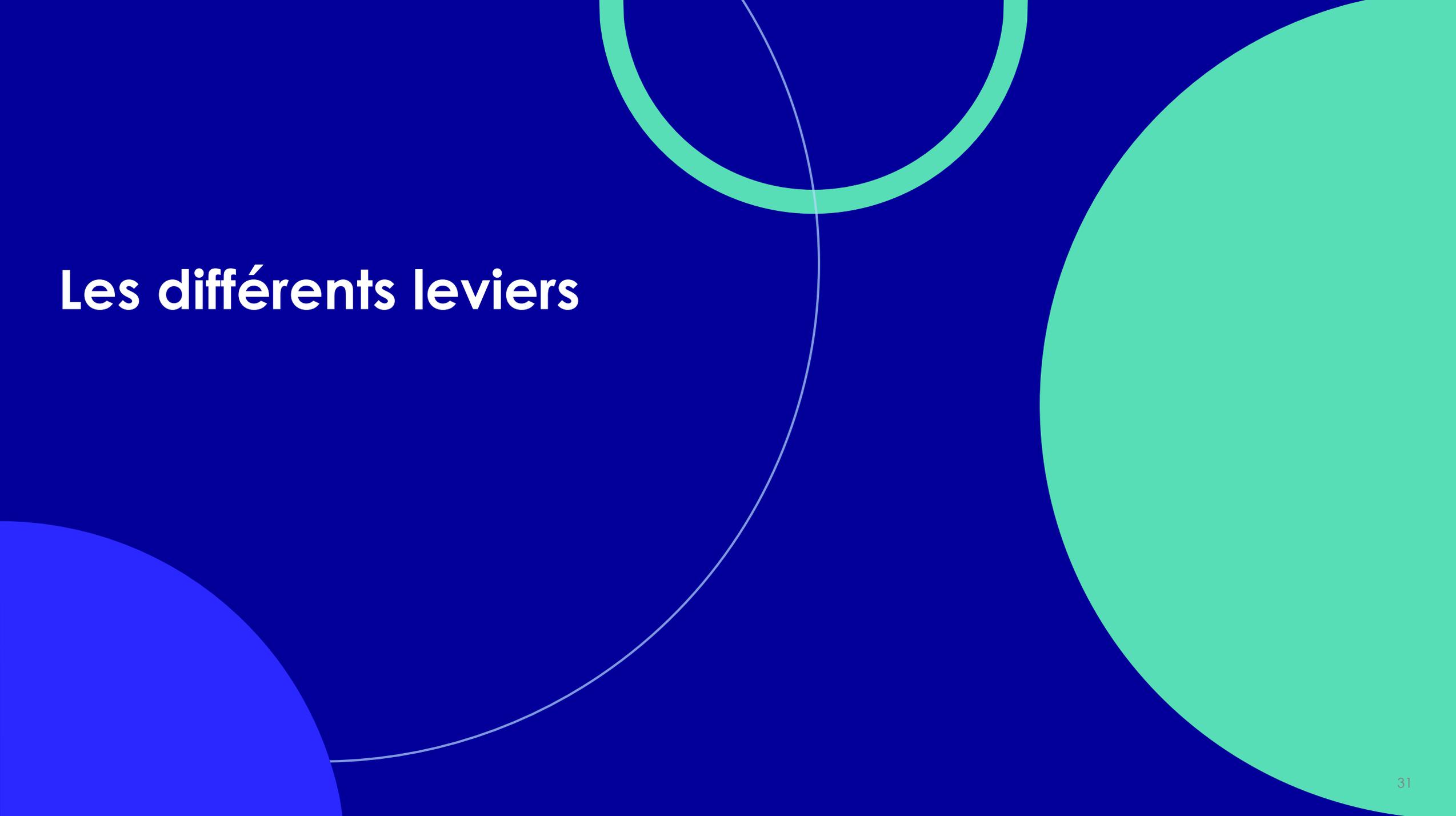
Length of Stay



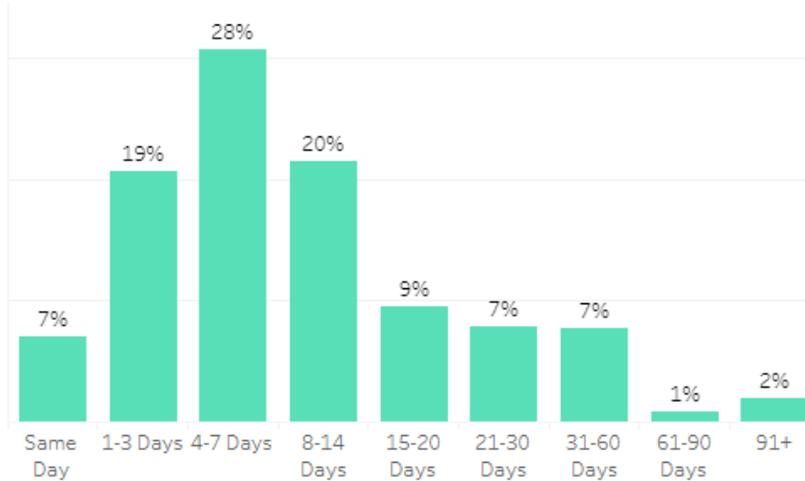
Package share

	Room Nights	Average Daily Rate	Booking Window	Length of Stay	Package share
<b>3 Star Rating</b>	↑ +143% \$89 ↑ +18%	22 ↑ +63%	3.1 ↑ +143%	11%	
<b>4 Star Rating</b>	↑ +196% \$121 ↑ +19%	28 ↑ +54%	3.2 ↑ +218%	15%	
<b>5 Star Rating</b>	↑ +1,553% \$276 ↑ +5%	56 ↓ -28%	3.2 ↑ +1,535%	15%	

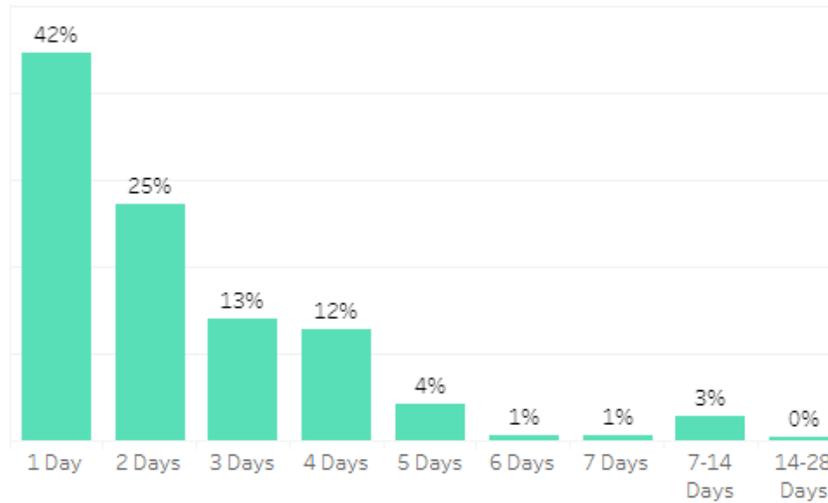
# Les différents leviers

The background is a dark blue gradient. It features several overlapping circles: a large solid green circle on the right, a medium green circle at the top, a thin white circle overlapping the green ones, and a blue circle on the bottom left.

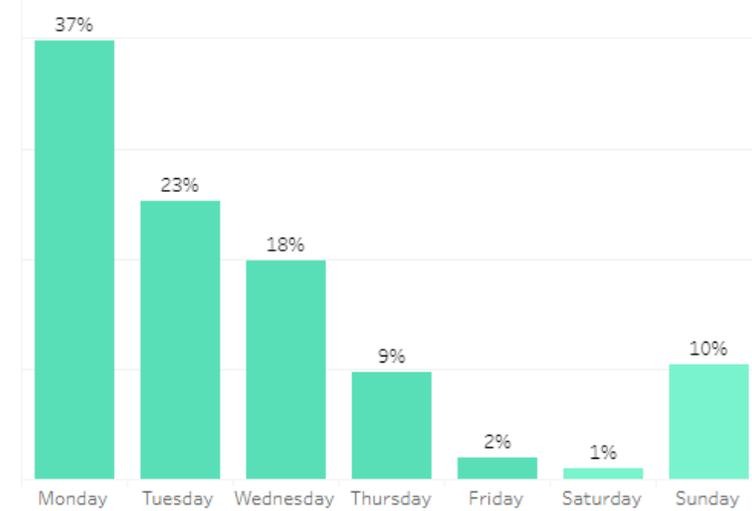
## Booking Window (2022)



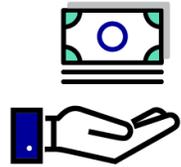
## Length of Stay (2022)



## Check-in Day (2022)



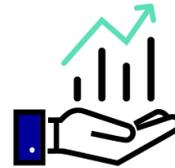
Egencia continue d'être distribué sur Expedia. Les Hôtels sont également visibles chez Amex. Clientèle corpo en baisse depuis le début de l'année et en majorité française à 91%.  
Actuellement même courbe que 2020



Average Daily Rate



Average Cancel Rate



Share of Total Room Nights

**MOD**

**98**

**16%**

**22%**

**Non-MOD**

**103**

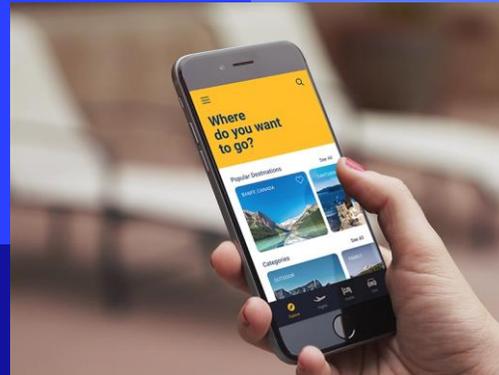
**18%**

**77.9%**

- ❑ Faible taux d'annulation sur Lyon
- ❑ Le Prix Moyen constaté n'est pas 10% moins cher que le prix moyen du marché
- ❑ Un membre ne consomme pas uniquement une chambre standard

# 90%

Des recherches sont faites sur le mobile



# 93€

Prix de vente moyen avec les offres mobiles sur le marché lyonnais

# Last Minute

# 25%

Des réservations faites avec une offre mobile

PoS Country		NRN YoY	ADR	ADR YoY	MOD Share	BW	BW YoY	LoS	LoS YoY	PKG share	PKG ADR	PKG ADR YoY
France	↑	32%	96 ↑	21%	23%	34.8 ↑	60%	3.3 ↑	15%	8%	95 ↑	25%
United States of America	↑	2259%	175 ↑	20%	19%	80.1 ↓	-43%	4.9 ↓	-4%	9%	151 ↓	-10%
United Kingdom	↑	1337%	126 ↑	46%	22%	58.2 ↓	-44%	3.4 ↑	4%	11%	151 ↑	144%
Germany	↑	246%	104 ↑	36%	29%	49.5 ↓	-7%	3.0 ↓	-9%	4%	116 ↑	24%
Canada	↑	8429%	147 ↑	40%	23%	84.9 ↓	-46%	3.1 ↑	49%	6%	166	
Spain	↑	239%	103 ↑	28%	11%	42.6 ↓	-27%	3.2 →	2%	49%	108 ↑	31%
Sweden	↑	567%	126 ↑	41%	31%	58.0 ↓	-35%	3.5 ↓	-29%	4%	117	
Switzerland	↑	671%	139 ↑	31%	13%	38.9 ↓	-4%	2.4 ↓	-18%	10%	129 ↑	12%
0			139		12%	49.2		2.9		45%	156	
Italy	↑	354%	112 ↓	0%	17%	46.3 ↓	-47%	3.0 ↓	-6%	21%	115 ↑	17%

Une Booking Window élevée même si elle baisse par rapport à 2021. Le PM continue d'être élevé et la BW permet d'atteindre son Taux d'Occupation le plus rapidement possible

## Aéroport de Lyon

Aéroport plus Business que Tourisme

Retrouver un Traffic normal en 2024 2025

Ligne Directe avec le Canada

Ligne Directe avec les pays scandinaves

Levée des restrictions

## 9 Nouvelles Destinations

Bari (Italie)  
Santorin et Kos (Grèce),  
La Réunion,  
Kayseri (Turquie)  
Dakar (Sénégal)  
Larnaca (Chypre)  
Belgrade (Serbie)  
Cracovie (Pologne).

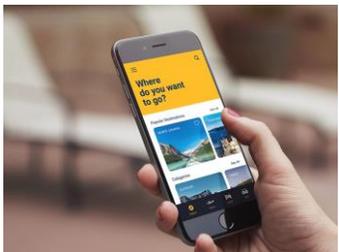
## Côté Expedia

11,7% des réservations sur Lyon  
22% d'annulation

29 jours de Booking Window pour une  
réservation package



Une équipe proche de ses partenaires qui s'investit localement.  
Organiser des évènements et vous rencontrer



Une reprise de la clientèle sur Lyon avec des comportements qui évoluent



Un aéroport international avec le développement de nouvelles destinations chaque année.



2ème meilleure destination urbaine européenne 2021 les résultats des World Travel Awards

2ème destination touristique en France avec 6 Millions de visiteurs par an.

De nombreux évènements connus internationalement



# Q&A



# Nous contacter



**Alexandre Petrone**

Expedia Group

06.69.31.43.90

[apetrone@expediagroup.com](mailto:apetrone@expediagroup.com)



**Mathilde Saint Michel**

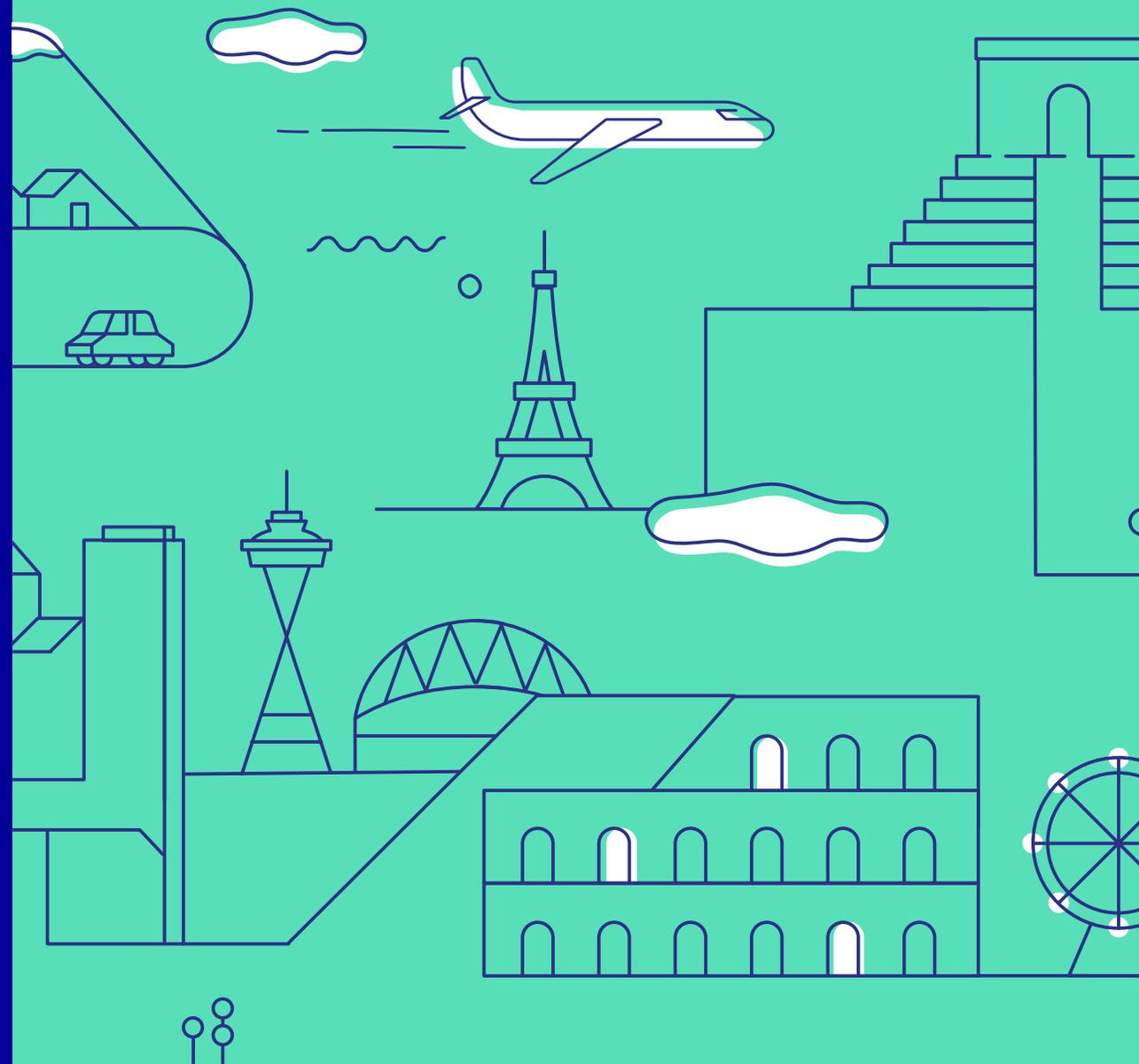
Expedia Group

06.69.31.33.44

[msaintmichel@expediagroup.com](mailto:msaintmichel@expediagroup.com)



**Merci de  
votre  
participation**





**expedia group**™