

« Commercialiser » n'est pas forcément synonyme de « vendre ». En effet, la commercialisation correspond à l'ensemble des démarches et moyens mis en œuvre pour mettre un produit à disposition du public touristique tandis que la vente renvoie à une notion de transaction (échange d'argent contre un bien ou un service).

Chaque organisme touristique peut donc participer à son niveau à la mise en marché de son territoire qu'il dispose ou non de l'autorisation de commercialiser.

Connaître l'offre de son territoire pour en améliorer sa mise en marché

L'organisme touristique constitue un interlocuteur privilégié des prestataires du territoire en matière de commercialisation, pour ce faire il lui est essentiel de :

→ Connaître l'offre des prestataires (hébergeurs, restaurateurs, sites...) de son territoire ;

La création ou la rénovation d'un établissement peut par exemple constituer des d'opportunités à saisir pour visiter les équipements et établir des contacts avec les propriétaires ;

→ Collecter un maximum d'informations sur les services fournis (existence de chambres quadruples pour les familles, possibilité de mettre à disposition un lit bébé, existence d'un parking privé ou d'un garage, adhésion au label Tourisme et Handicap etc.) et s'informer des éventuelles offres packagées proposées par les prestataires.

Initier des partenariats et travailler en synergie avec ses prestataires

- Créer une promotion en basse-saison (exemple : 2 nuits au prix d'1)
- Proposer une offre spéciale « salon » (code de réduction pour toute réservation effectuée avant le xx /xx /xx)
- Fédérer ses partenaires autour d'une manifestation ou d'un événementiel.

Valoriser l'offre des prestataires sur Internet

Les organismes touristiques ont un rôle à jouer dans l'amélioration de la visibilité de leurs prestataires sur Internet. Plusieurs démarches permettent de faciliter l'accès à l'information mais aussi à la réservation.

→ S'appuyer sur le système d'informations touristiques (Lieu d'Echanges d'Informations en Alsace) permet à partir d'une seule saisie par l'organisme touristique, d'afficher l'offre d'hébergement à la fois sur les sites Internet de l'Office de Tourisme, de l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin, du Comité Régional du Tourisme, voire sur franceguide.com (Atout France). L'ajout d'une description (à renseigner dans le champ « commentaire » de la fiche LEI) sur la situation de l'hébergement ou encore d'un visuel de qualité constitue autant d'éléments permettant de valoriser l'offre et de mettre en confiance le client.

→ Utiliser les canaux de promotion existants (Tripadvisor, le Routard, 52weekends.com sites Internet présentant les destinations ou correspondants aux labels attribués...) pour mettre en avant des offres de séjours.

Bon à savoir

- En 2007, 44% des Français ont préparé leur séjour en ligne et 25% des Français partis ont entièrement réservés en ligne (source : Cabinet Raffour Interactif)
- Les sites Internet basés sur les technologies du Web 2.0 (type Tripadvisor, Vinivi...) constituent des outils de préparation au voyage largement utilisés par les internautes. Il faut donc essayer d'investir la toile et de faire remonter son offre.
- Pour en savoir plus: [Le blog du tourisme institutionnel](#), [Etude « La Commercialisation des produits et des destinations touristiques : en quoi Internet change-t-il la donne ? \(Direction du Tourisme, avril 2007\) »](#)

Contacts et liens utiles

Service Loisirs Accueil
Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin
4 rue Bartisch
67100 STRASBOURG
[http://www.tourisme67.com/
reservation@tourisme67.com](http://www.tourisme67.com/reservation@tourisme67.com)