

EXPLORE-GRANDEST.COM

Bilan 2023 de la plateforme Explore Grand Est

DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2023



AGENCE RÉGIONALE
GRANDEST
DU TOURISME

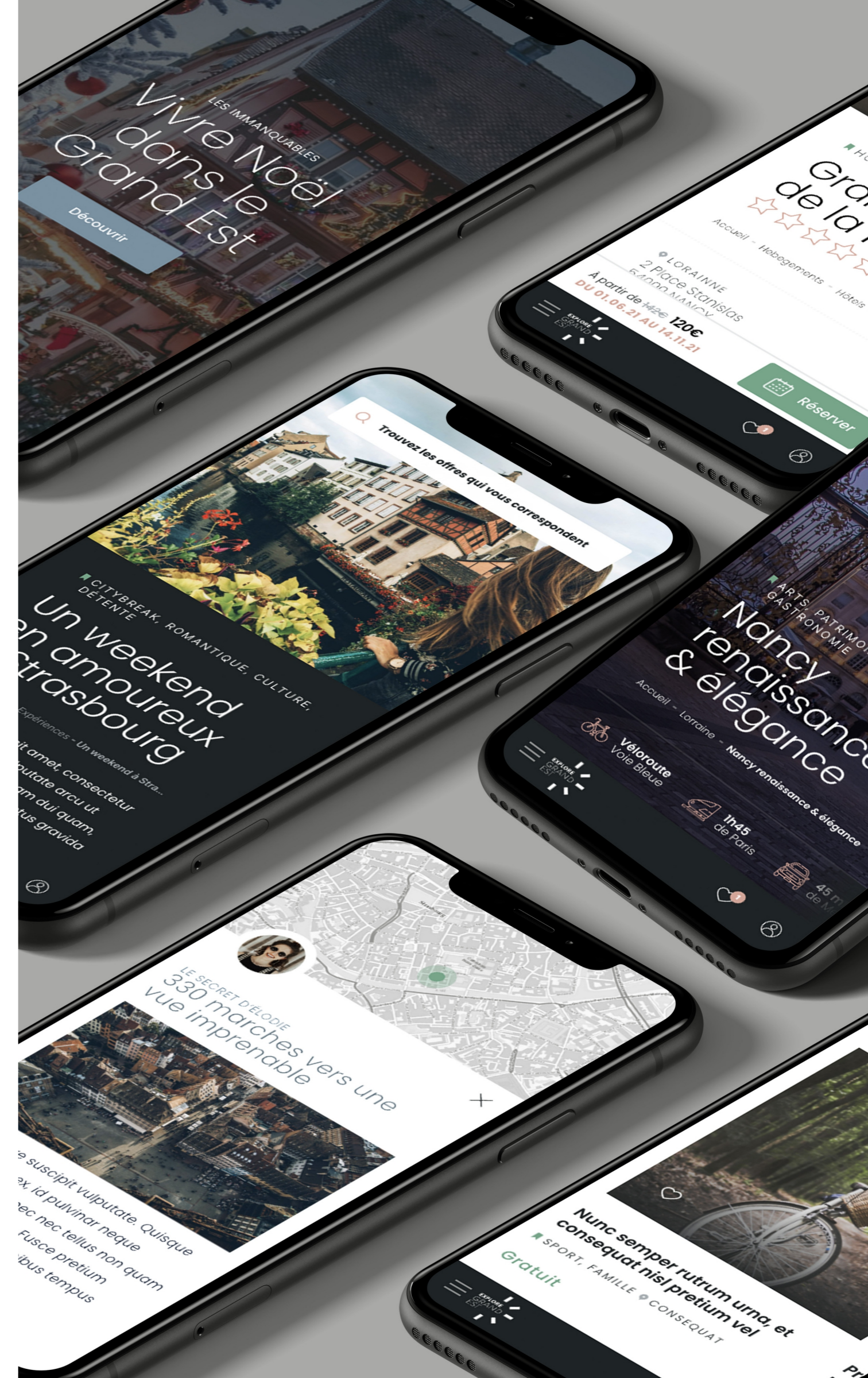


INTRODUCTION

L'Agence Régionale du Tourisme Grand Est (ARTGE) dévoile le bilan 2023 de la plateforme régionale d'attractivité touristique Explore Grand Est, www.explore-grandest.com, un projet unique en France à l'échelle d'une destination. Des résultats très positifs qui reflètent le travail réalisé grâce à une coopération entre les acteurs du territoire et l'évolution constante du site.

Déployée par la Région Grand Est et l'ARTGE et soutenue par des financements européens FEDER REACT-EU, la plateforme a été lancée le 9 juillet 2021 avec pour objectifs de dynamiser le chiffre d'affaires des prestataires du Grand Est, de promouvoir l'offre touristique, sportive, culturelle et œnotouristique de la Région et d'accélérer la transformation numérique de ces filières.

Cet outil innovant, performant et partagé, agrège 4 typologies d'offres (activités, hébergements, idées séjours et restaurants). **C'est un canal de vente supplémentaire, sans commission, un véritable accélérateur à la vente en ligne et apporteur de leads qualifiés pour les acteurs du territoire.**



CHIFFRES CLÉS

Un bilan 2023 qui confirme la dynamique impulsée par la plateforme Explore Grand Est

Pour cette deuxième année complète d'activité, tous les indicateurs confirment la **dynamique** et les **bonnes performances** de la plateforme, tant au niveau du catalogue d'offres que des indicateurs business.

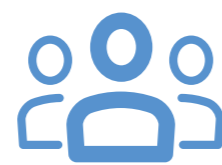


Retrouvez toutes les données 2023 en annexe



+de 3000
offres publiées

△ **+154%**
Vs 31/12/2022



+de 2000
prestataires inscrits

△ **+94%**
Vs 31/12/2022



37M€
d'intentions d'achat¹

△ **+60%**
Vs 2022



+de 211k
intentionnistes²

△ **+56%**
Vs 2022



12,4%
taux de conversion³

△ **+1,4pt**
Vs 2022



+de 2,3M
de pages vues

△ **+40%**
Vs 2022

¹Intentions d'achat : donnée calculée en multipliant le nombre de clics sur le bouton « Réserver » d'une fiche produit par le prix « à partir de »

²Intentionniste : nombre de clics sur le bouton « Réserver »

³Taux de conversion moyen : pourcentage de sessions comportant au moins un clic sur le CTA « Réserver »

Les acteurs du territoire fédérés autour d'Explore Grand Est

Imaginée dès le départ en partenariat avec les directions de la Région Grand Est et les acteurs territoriaux, Explore Grand Est fédère toujours plus les prestataires et institutionnels du territoire, les filières régionales et les solutions de commercialisation partenaires.

À fin 2023, **plus de 50 partenaires** sont fédérés autour de la plateforme :



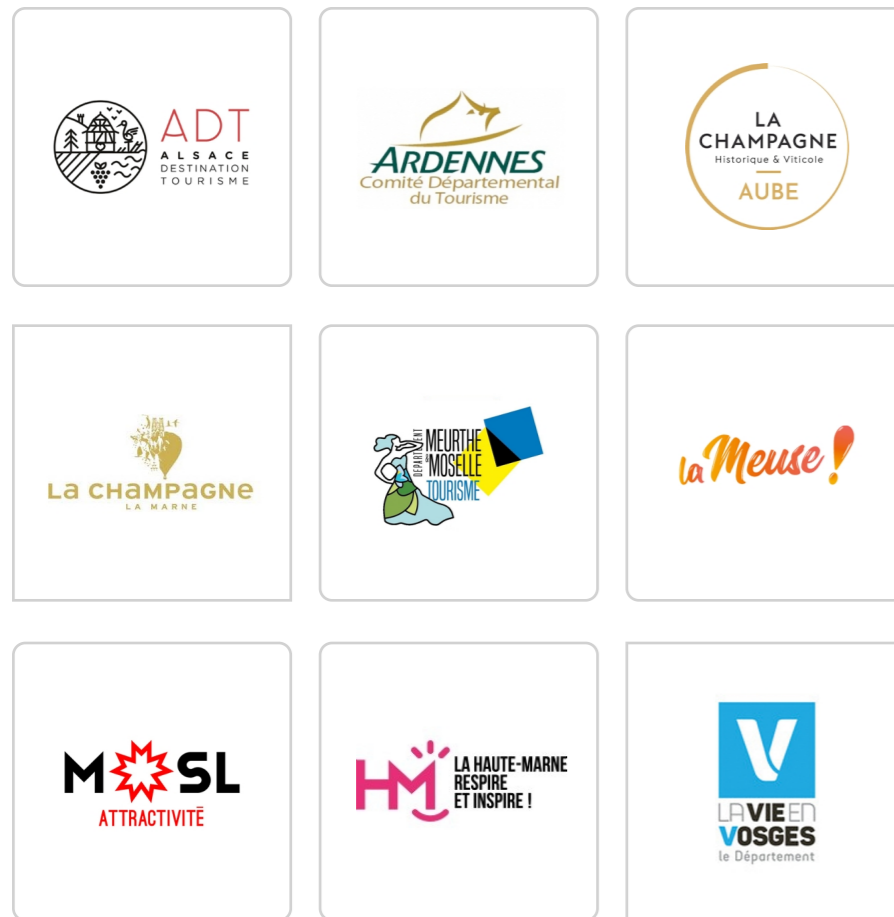
La plateforme a créé une réelle émulation sur le territoire en fédérant dès le début de nombreux acteurs institutionnels et privés. Fort de cette dynamique, l'animation du territoire se poursuit afin d'entretenir et consolider les synergies développées. De nouveaux acteurs institutionnels rejoignent régulièrement le projet et certains renforcent leur rôle au sein de la plateforme (Ardennes, Haute-Marne...). De nouveaux partenariats verront le jour en 2024.

Les futures évolutions de l'espace prestataire comme **point d'entrée unique pour l'ensemble des services proposés par l'ARTGE** permettront également d'offrir aux partenaires, un véritable outil de monitoring de leurs territoires avec le partage de multiples données et indicateurs issus de la plateforme.

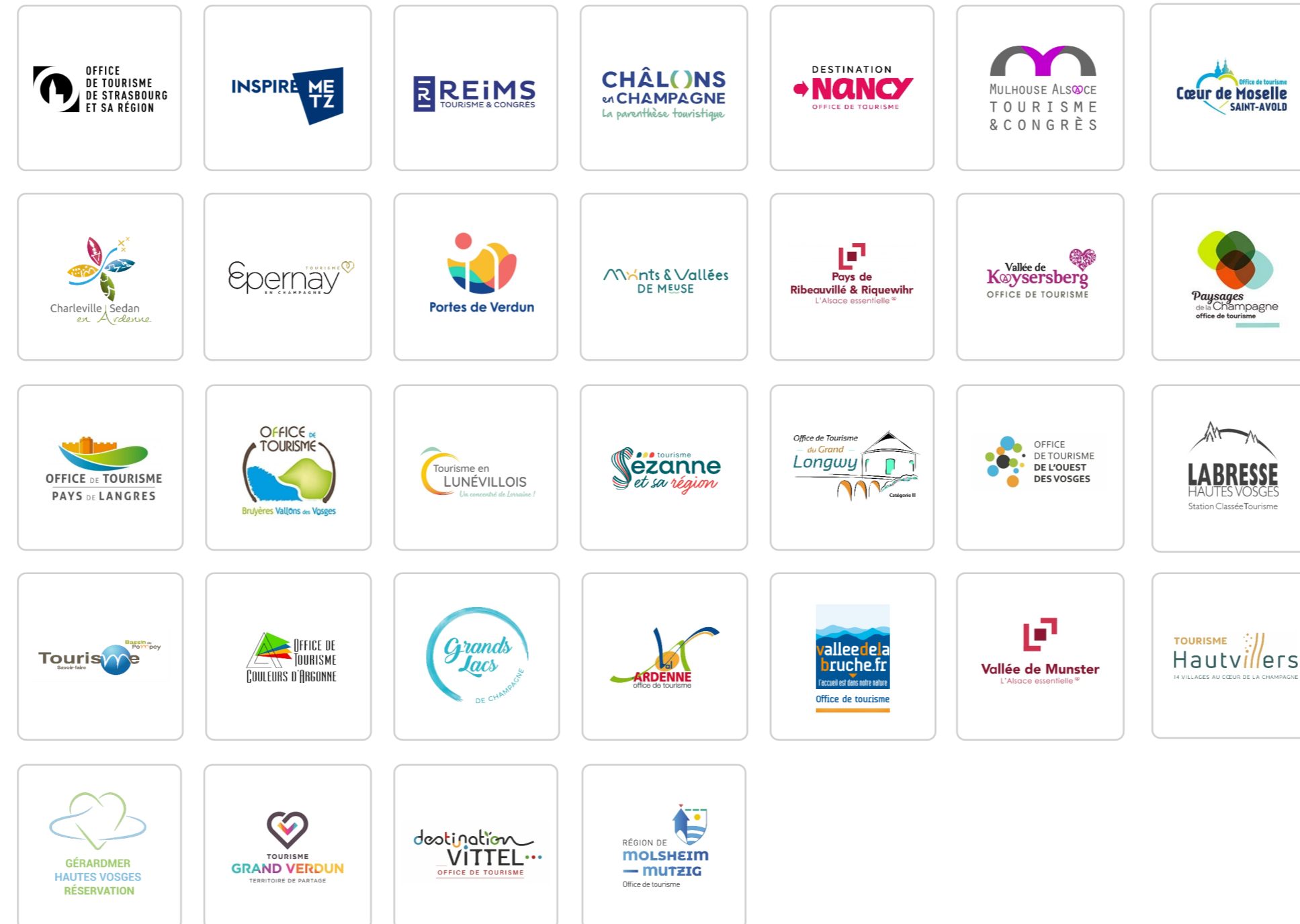
PARTENARIATS

Partenaires institutionnels du territoire

9 départements



32 offices du tourisme



2 fédérations



2 communautés de communes



3 parcs naturels régionaux



Une plateforme au service des prestataires

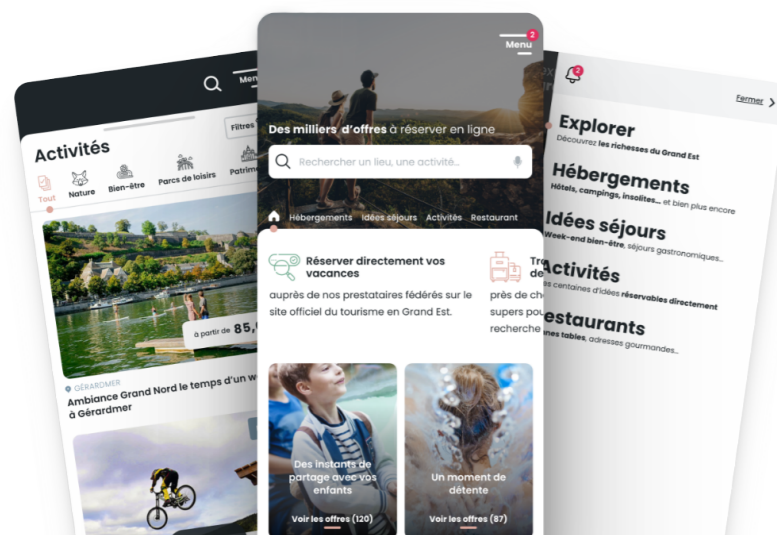
Soucieux de répondre au mieux aux attentes des prestataires, l'ARTGE a lancé en septembre 2023 une grande enquête auprès des utilisateurs de la plateforme.

L'analyse du panel représentatif des 168 répondants, composé principalement des prestataires d'activités et d'hébergeurs de l'ensemble du territoire et majoritairement présents sur la plateforme depuis plus de 2 ans, a permis de dégager de grandes tendances.

Valeur attribuée à la plateforme

Les prestataires accordent une grande valeur à :

- 1 **Qualité des fiches produits**
- 2 **Présentation et navigation sur Explore Grand Est**
- 3 **Mission de promotion de la Région Grand Est**



TOP 3 des services proposés



Les services supplémentaires souhaités

- Plébiscité**
1. Recevoir les statistiques de leurs offres de manière automatique
 2. Suivi de leur e-réputation et remontée des avis clients sur Explore
 3. Accéder à plus de données sur l'activité des clientèles d'Explore Grand Est par territoire, secteur d'activité, filière, thématique...

“Explore Grand Est vu par les prestataires

Bénéfices, services, facilité d'utilisation, promotion de la Région... Ce sont les utilisateurs de la plateforme au quotidien qui en parlent le mieux

« Explore Grand Est nous accompagne depuis sa création au Printemps 2021 et nous sommes heureux d'être partenaires avec l'ensemble de nos hôtels Diana Hôtels Collection.

La mise en avant des acteurs touristiques de notre région est extrêmement qualitative et les campagnes marketing régulières et saisonnières nous permettent de profiter d'une importante visibilité sur le marché national et international. La communication avec l'équipe Explore Grand Est est réactive et le retour en termes de statistiques très intéressant »



Birgitt Bergmann, Directrice adjointe Marketing & Vente
Diana Hôtels Collection

« Il y a un avant et un après Explore Grand Est. La plateforme est l'outil qu'il manquait à la stratégie de l'ART GE et qui permet d'avoir une relation et un travail en collaboration étroite avec l'ensemble des acteurs privés du tourisme de la région. Elle permet aussi aux habitants du Grand Est et aux touristes de mieux connaître notre destination et de préparer leur séjour »



Clément Leroux, Directeur Communication & Marketing
Parc animalier de Sainte-Croix à Rhodes

« Nous utilisons le widget Marque blanche Explore Grand Est pour enrichir les pages de contenu de notre site, en y ajoutant les offres déjà commercialisées sur la plateforme. L'intégration du widget est simple techniquement et efficace graphiquement. Cette solution nous permet de capitaliser nos efforts sur le référencement de prestataires sur Explore Grand Est. Et nous pouvons surtout améliorer la capacité de conversion de nos propres campagnes»



Rémi Maillu, Responsable Marketing
Aube en Champagne Tourisme

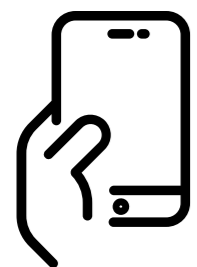
Qui sont les clientèles d'Explore Grand Est ?

Les clientèles proviennent **majoritairement de France** (86%), dont 37% issues du Grand Est et **63% au niveau national**.

Les **femmes sont majoritaires** (65%) contre 35% d'hommes.

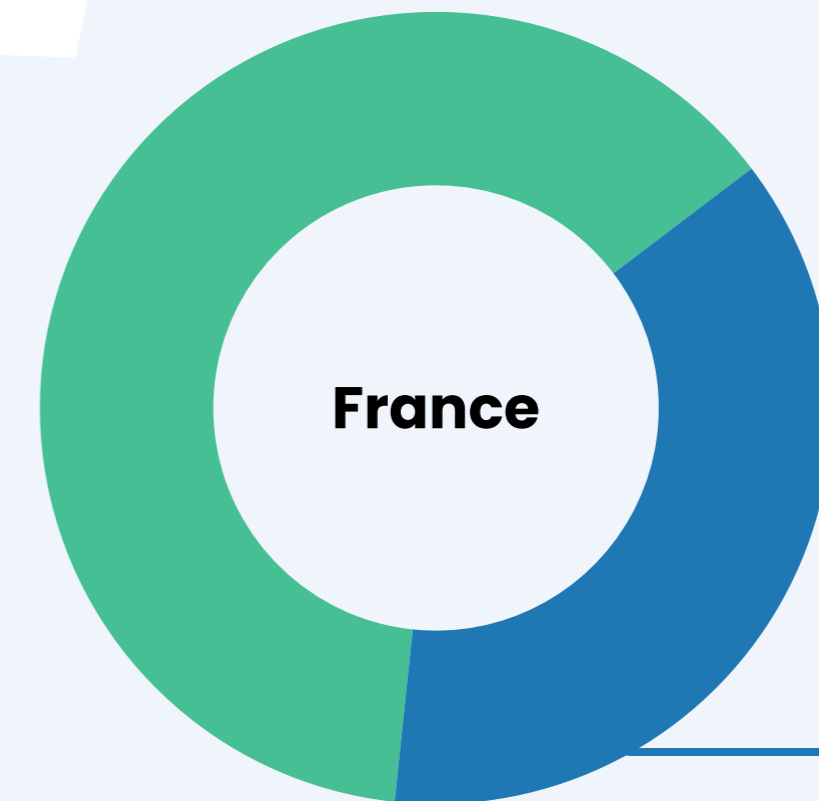
Les 25-44 ans représentent 50% du trafic et des intentions d'achat. Les 18-24 ans, malgré un pouvoir d'achat plus faible, convertissent et affichent les sessions les plus qualitatives (temps passé, nombre de pages vues...).

En 2023, **la part des visiteurs qui reviennent sur le site est stable.** Cette clientèle est très intéressante car son taux de conversion est supérieur et qu'elle passe plus de temps et visite plus de pages sur la plateforme.



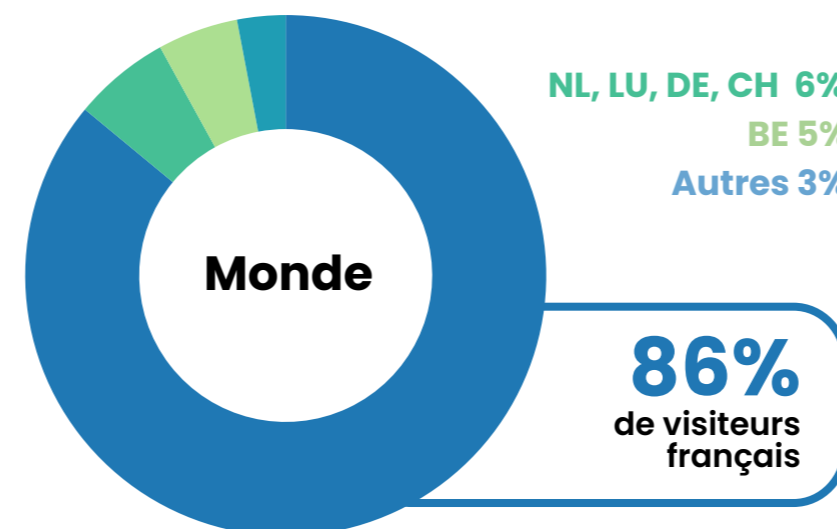
La consultation sur mobile reste stable et largement majoritaire avec 79% du trafic (vs 21% sur desktop et tablette)

Provenance des visiteurs (France)



Nationale 63%
(hors Grand Est)

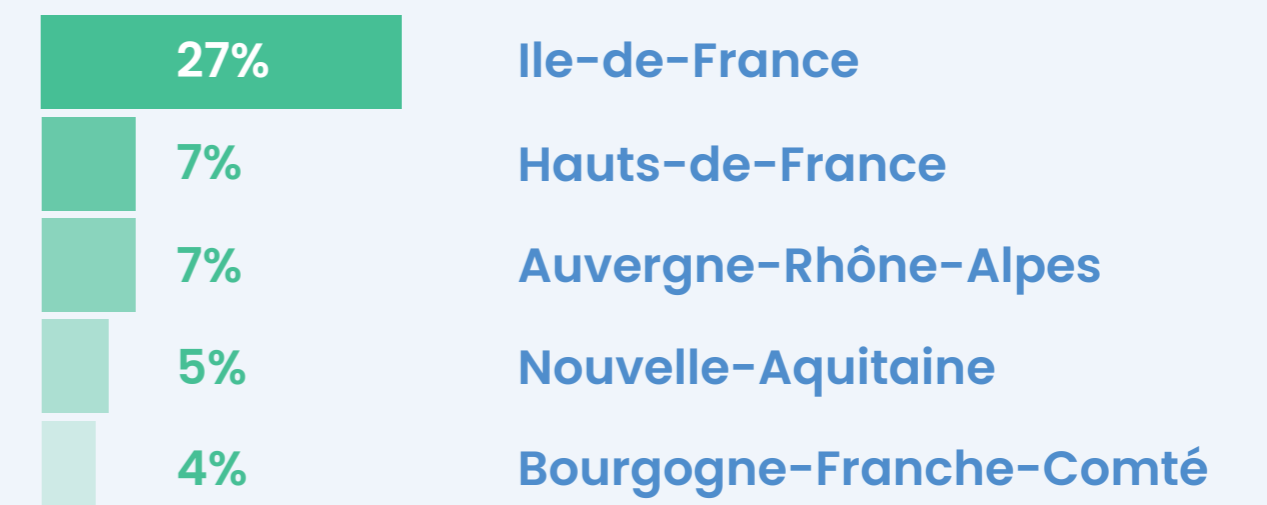
37%
de visiteurs
du Grand Est



NL, LU, DE, CH 6%
BE 5%
Autres 3%

86%
de visiteurs
français

Top 5 des territoires (hors Grand Est)



Les offres plébiscitées par les clientèles

Les **hébergements** (44% des pages vues) et les **activités** (31% des pages vues), sont plébiscités par les utilisateurs de la plateforme.

Focus par typologies d'offres :



Les **hébergements insolites** arrivent en tête des hébergements recherchés, suivis par les **locations de vacances**.



Les **activités bien-être & thermalisme** ont largement converti et les **activités de plein air** restent en bonne place.



Concernant les idées séjours, on observe une vraie tendance autour **du bien-être et du thermalisme**.



La technologie au service de l'expérience utilisateur

Le développement de la plateforme s'inscrit dans **une vision data driven et de permanente évolution des performances**. Des outils d'analyse comportementale et de web analytique ont été implémentés sur le site afin de **piloter les décisions stratégiques, technologiques et marketing par la donnée**.

Les bonnes performances de la plateforme sont également dues à **l'utilisation de technologies de pointe au service de l'expérience utilisateur**, dont certaines développées par des licornes françaises (Contentsquare, Brevo, Matomo, GA4, Algolia, Semrush, Airtable).



Mobilité & Valorisation de séjours bas carbone



Déploiement d'un **partenariat mobilité inédit avec SNCF Connect & tech** afin de donner accès, depuis chaque fiche produit, aux offres disponibles sur SNCF Connect pour l'organisation des déplacements à destination de la Région Grand Est.



Promotion de la **découverte du Grand Est en voiture électrique en partenariat avec Chargemap** auprès de leur communauté de plus de 1,7 million de conducteurs de véhicules électriques dans le monde.



Valorisation de la filière itinérance avec le développement d'un premier espace dédié à la Meuse à vélo.

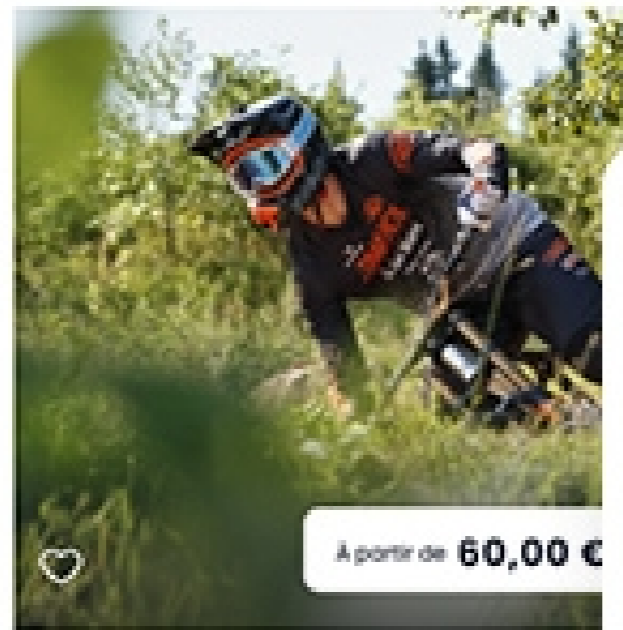
2023, une année d'évolutions majeures

- ⊕ **Développement de nouveaux services au sein de l'espace prestataire dédié** et de la plateforme de collecte des offres (autonomie dans la mise à jour des offres, tableau de bord avec statistiques de performance pour chaque offre, formulaire de contact pour mise en relation directe avec les clientèles...)
- ⊕ **Connexion directe à de nouvelles solutions de commercialisation partenaires** afin d'optimiser le parcours client
- ⊕ **Amélioration de l'expérience utilisateur** sur la plateforme avec l'analyse de la page d'accueil, du moteur de recherche, de la navigation, le développement de nombreux contenus éditorialisés thématiques et le déploiement du **site en italien** 🇮🇹
- ⊕ **Création d'un service de conciergerie (marque blanche)** permettant à chaque partenaire de faire remonter les offres Explore Grand Est de son choix sur son site via la création simple et rapide de widgets sur-mesure.



À partir de 32,00 €

d'attractions Niglot
S & ANIMAUX



À partir de 60,00 €

Stage de perfectionnement au VTT

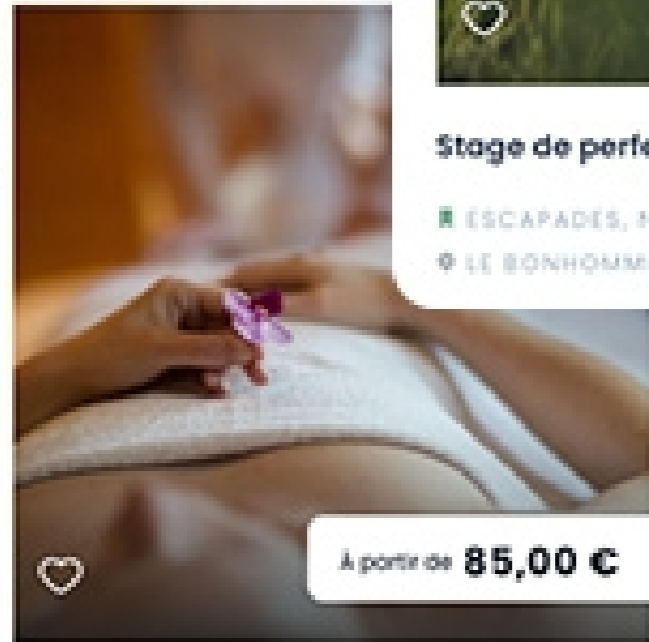
■ ESCAPADES, NATURE (+1)
📍 LE BONHOMME



À partir de 75,00 €

Le cœur de la Champagne et d'Épernay
avec My Vintage Tour Company

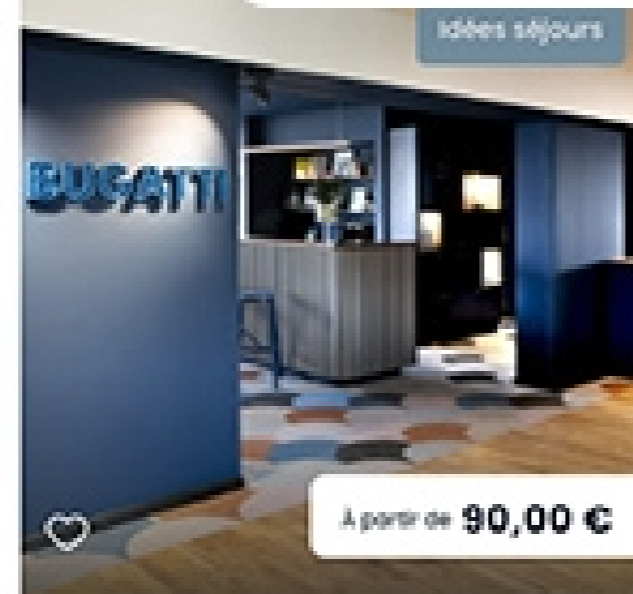
■ GASTRONOMIE & OENOTOURISME
📍 EPERNAY



À partir de 85,00 €

Journée absolue sérénité à l'hôtel-
résidence**** Les Vallées

■ BIEN-ÊTRE
📍 LA BRESSE



À partir de 90,00 €

« More than one » - Hôtel Le Bugatti à
Molsheim

■ BIEN-ÊTRE
📍 MOLSHEIM

Un trafic boosté par des actions marketing d'envergure

Explore Grand Est étant encore une jeune plateforme, des campagnes commerciales et différents **canaux d'acquisition payants ont été activés tout au long de l'année** pour favoriser la conversion des offres (clics sur le bouton « Réserver ») et acquérir de nouvelles clientèles.

Des partenariats spécifiques ont également été mis en œuvre dans une logique test & learn et de pilotage par la donnée : Veepee, Google Perf Max, Le Bon Coin, Sojern, Critéo...

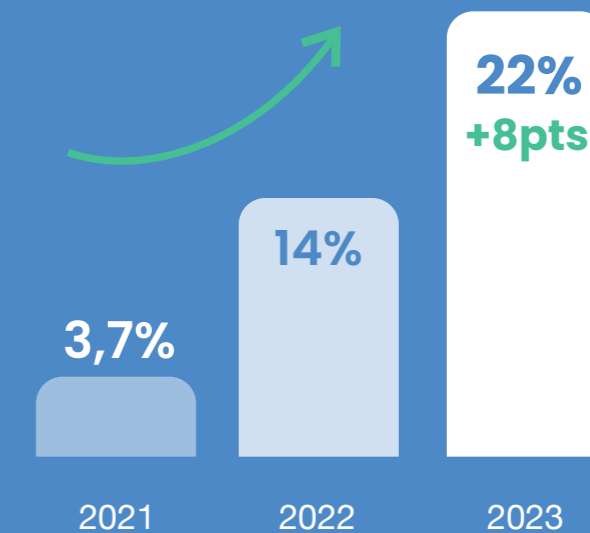


Un référencement naturel qui porte ses fruits !

Grâce à la stratégie de référencement naturel initiée dès le début du projet, on note en 2023 une **forte augmentation de la part de trafic organique** (+ 8 points en 1 an) ainsi que de la visibilité naturelle auprès de Google.

Un travail de fond essentiel et un investissement sur le long terme afin d'optimiser les budgets alloués aux campagnes d'acquisition payantes.

De plus cette source d'acquisition dispose d'un **très bon taux de conversion** sur la plateforme (12%).



PART DU SEO

Perspectives 2024

Création d'un outil de monitoring du territoire & des filières

Ce nouvel outil de pilotage stratégique des territoires et des filières, s'appuyant sur des données issues de la plateforme Explore Grand Est et de données externes, mettra différents tableaux de bord (état des lieux de l'offre, état des lieux du catalogue d'offres Explore Grand Est, digitalisation des acteurs, intentions d'achat...) à disposition des acteurs. Un outil numérique central qui offrira également un accès unique à l'ensemble des services proposés par l'Agence aux acteurs régionaux.

Création d'un outil d'animation du territoire & des filières intégré à la plateforme Explore Grand Est

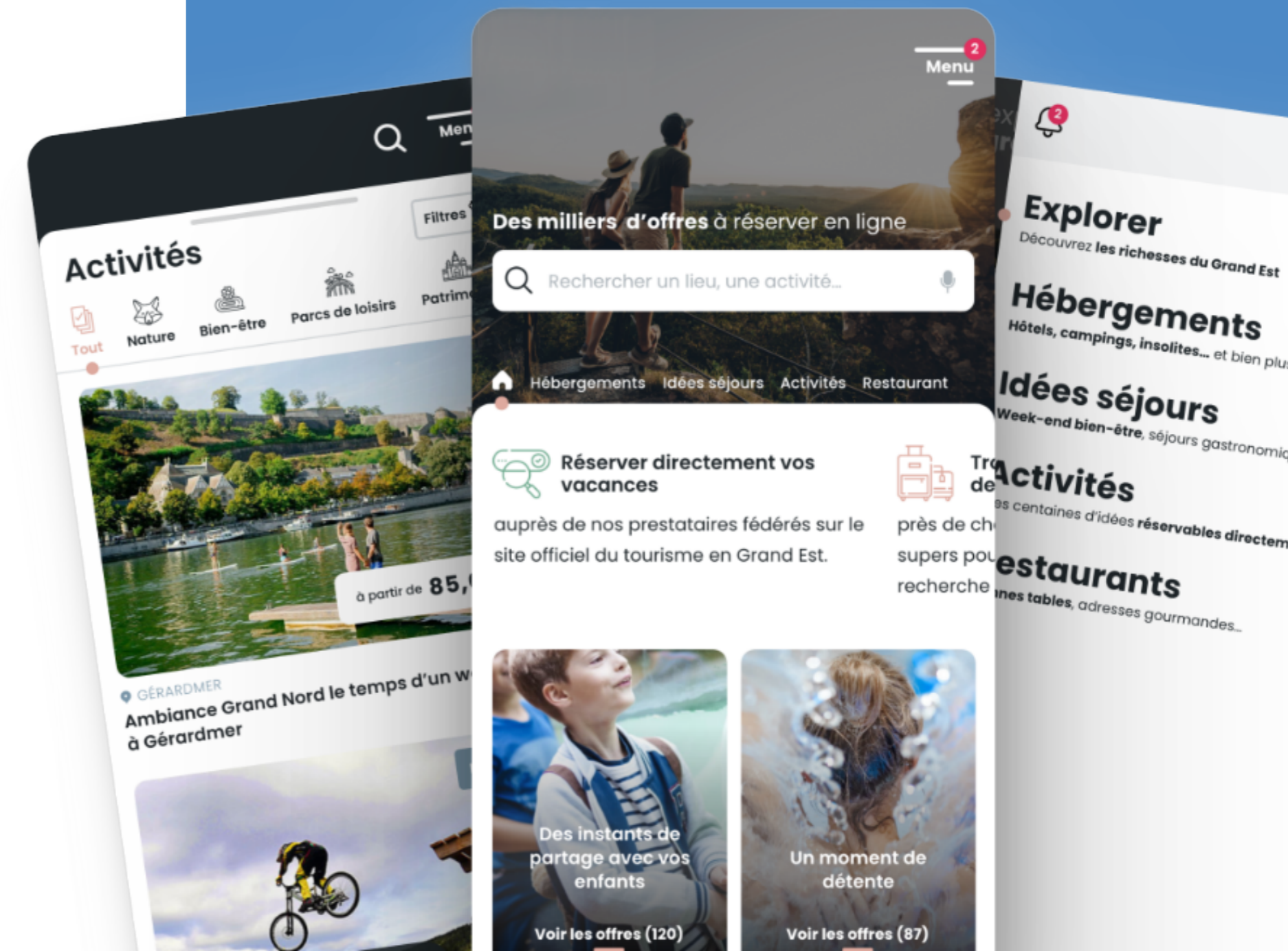
Ce nouveau service numérique, inspiré des plateformes de streaming, proposera de découvrir le Grand Est de manière innovante et totalement inédite, à travers des sélections d'offres touristiques personnalisées, par thématiques, recommandées par les habitants, touristes, acteurs du territoire... et de partager ses propres coups de cœur.

Renforcement de la stratégie éditoriale avec notamment le développement d'un espace magazine.

Intégration de l'IA au sein de la plateforme

Amélioration de l'expérience utilisateur

Mise en ligne d'évolutions UI/UX majeures basées sur l'analyse des données comportementales des visiteurs de la plateforme



INTERVENTIONS, PRESSE, RÉCOMPENSES...

Interventions à l'événement #CMonTheBeach les 10 & 11 mai 2023

Tables rondes « Comment répondre à l'exigence massive de contenus dans le tourisme ? » et « Le monitoring digital de sa destination »

Article TourMag.com du 8 septembre 2023

Explore Grand Est disponible en widget sur tous les sites internet !

https://www.tourmag.com/Explore-Grand-Est-disponible-en-widget-sur-tous-les-sites-internet-_a119872.html

Intervention au Travel Content Summit le 28 septembre 2023

Atelier « Comment construire sa stratégie de contenus autour de la génération de leads qualifiés »

Interview à l'IFTM Top Resa à Paris le 4 octobre 2023

Focus sur le widget Explore Grand Est destiné aux socios-professionnels de la région

<https://www.tom.travel/2023/10/10/iftm2023-lagence-regionale-du-tourisme-grand-est-devoile-son-widget/>

Intervention à l'événement The Digital Benchmark le 11 octobre 2023

Table ronde « Acquisition, Data, IA, Digitalisation des ventes : Les enjeux digitaux 2024 »

Intervention à l'événement CX Circle 2023 / Contentsquare à Paris le 9 novembre 2023

Table ronde « Le digital dans le Secteur Public : quels nouveaux enjeux pour 2024 ? »

Récompenses

Le site Explore Grand Est a déjà reçu **plusieurs récompenses nationales ou régionales** qui viennent saluer la démarche mise en place et le positionnement de plateforme de proximité qui place l'offre et l'utilisateur au cœur de sa conception et de sa stratégie de déploiement.



NOUVEAU

Cas d'Or Grand Est 2023

Prix de la promotion touristique aux Cas d'Or Grand Est

Organisé par Les Cas d'Or du digital, cet événement distingue les meilleurs dispositifs numériques de la Région Grand Est et permet de révéler les cas d'usages innovants.

LIENS UTILES



Site Explore Grand Est grand public
<https://www.explore-grandest.com/>



Espace pro dédié aux prestataires
<https://pro.explore-grandest.com/>



Page LinkedIn dédiée à la plateforme
[@plateforme-explore-grand-est](https://www.linkedin.com/company/plateforme-explore-grand-est)



Trésors cachés



MONTENACH

**Rêves & Gastronomie au K –
Le Domaine de la Klauss**

à partir de 478,00 €



BERGHEIM

**Atelier Initiation au point
sellier – créez votre pièce de
maroquinerie**

à partir de 125,00 €



Des instants de
partage avec vo



ANNEXE

Focus sur les donnés 2023

WWW.EXPLORE-GRANDEST.COM



Catalogue de l'offre / Typologies & filières

En date du 31/12/2023



2091
prestataires

+ 1012 en 2023



3086
offres publiées

+ 1096 en 2023

Par filière prioritaire

Nature, itinérance & outdoor : **927 offres**

Oenotourisme & gastronomie : **721 offres**

Mémoire, culture & patrimoine : **542 offres**

Thermalisme & bien-être : **240 offres**

Savoir-faire : **161 offres**

Par typologie



1536
Activités

+ 52% en 2023



990
Hébergements

+ 89% en 2023



436
Idées séjours

+ 19% vs 2023



124
Restaurants

+ 35% en 2023



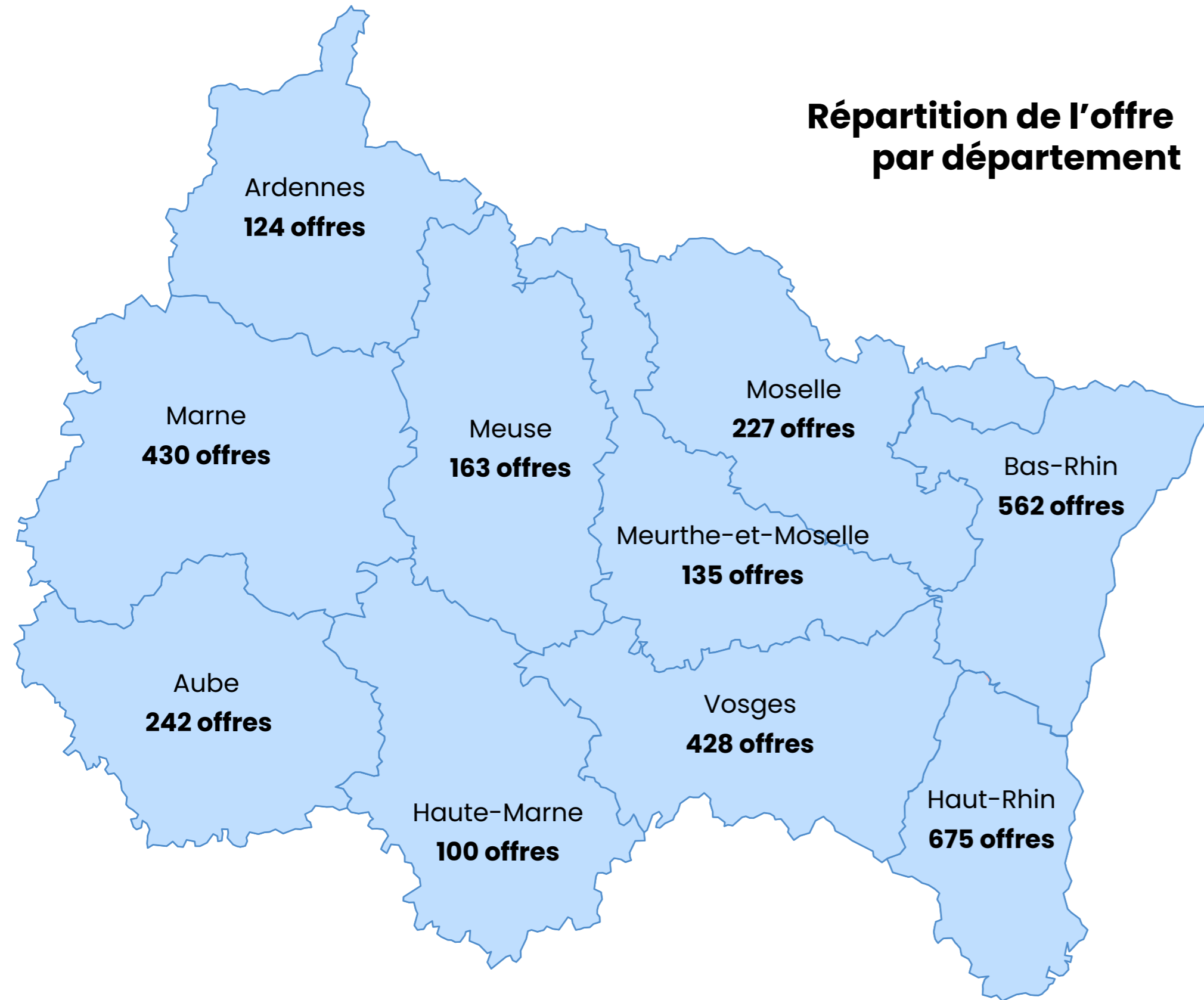
Le **nombre de prestataires** correspond au nombre total de prestataires inscrits depuis le lancement de la plateforme. Il inclut 769 prestataires provenant de Clévacances (API) et Gîtes de France.

Le **nombre d'offres** correspond au nombre total d'offres uniques ayant été publiées depuis le lancement de la plateforme.

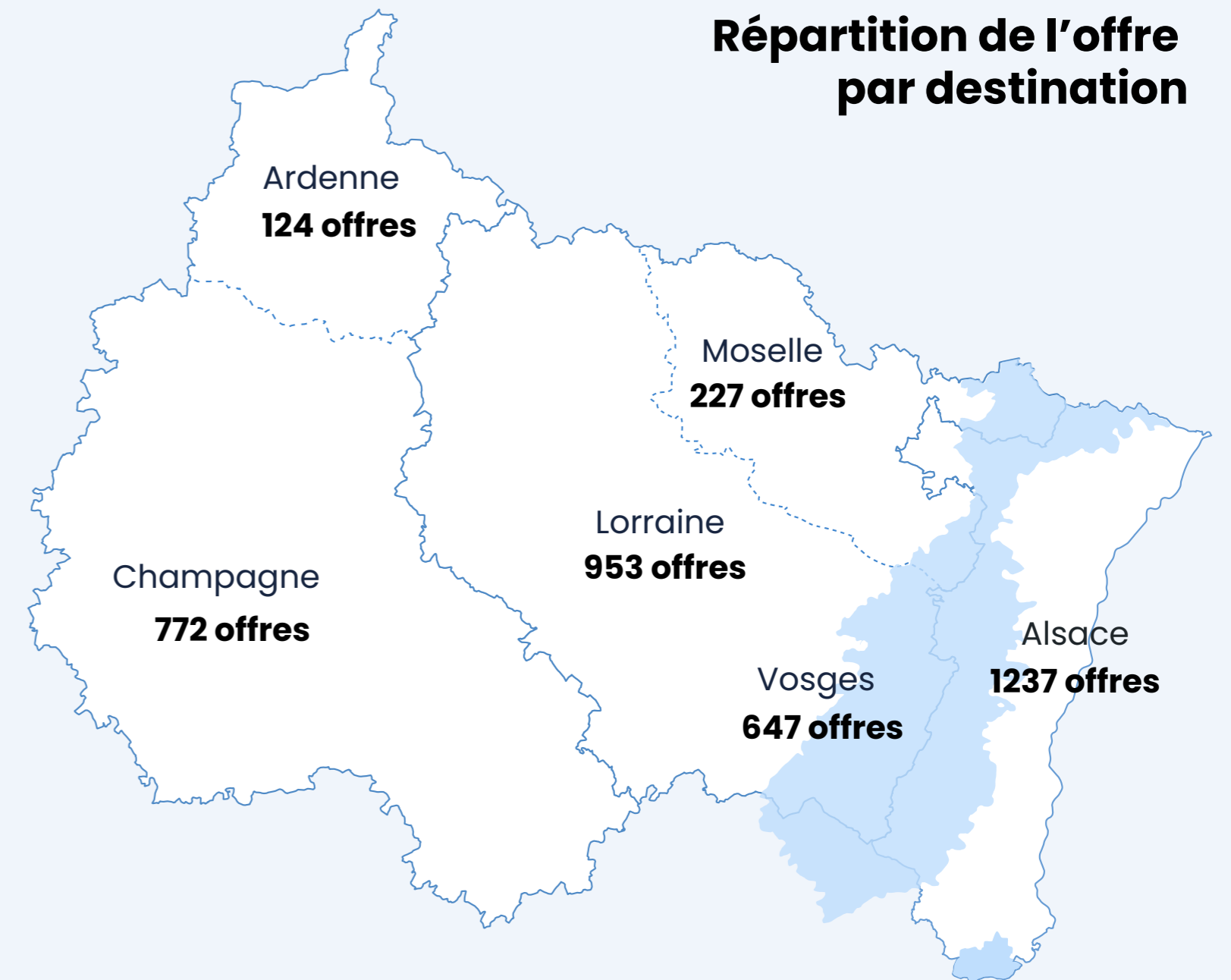
Catalogue de l'offre / Départements & destinations

En date du 31/12/2023

Répartition de l'offre par département



Répartition de l'offre par destination







KPIs Business 2023


Période du 01/01/2023 au 31/12/2023

2023

VS

2022

 Intentions d'achat	37 412 604 € ▲ +60%	23 426 971 €
 Taux de conversion	12,4 % ▲ +1,4 pt	11 %
 Intentionnistes	211 544 ▲ +56%	135 313
 Pages vues	2 307 488 ▲ +40%	1 643 558

-  Les **intentions d'achats** = nombre de clics sur le CTA « Réserver » d'une fiche produit multiplié par le prix « À partir de »
- Les **intentionnistes** = nombre de clics sur le CTA « Réserver »
- Le **taux de conversion** = pourcentage de sessions comportant au moins un clic sur le CTA « Réserver »



Évolution des outils de suivi

En juillet 2023, Google a opéré un changement d'outil de suivi et de mesure des performances. Nous avons donc réalisé une migration vers ce nouvel environnement.

Ce que ça implique pour Explore Grand Est :

Cette évolution implique des changements de comptage et d'attribution des données. Afin de garantir la continuité des données collectées et la pertinence des comparaisons avec les périodes passées, nous avons pris la décision de nous limiter à un seul outil tiers d'analyse : *Google Analytics 4*.

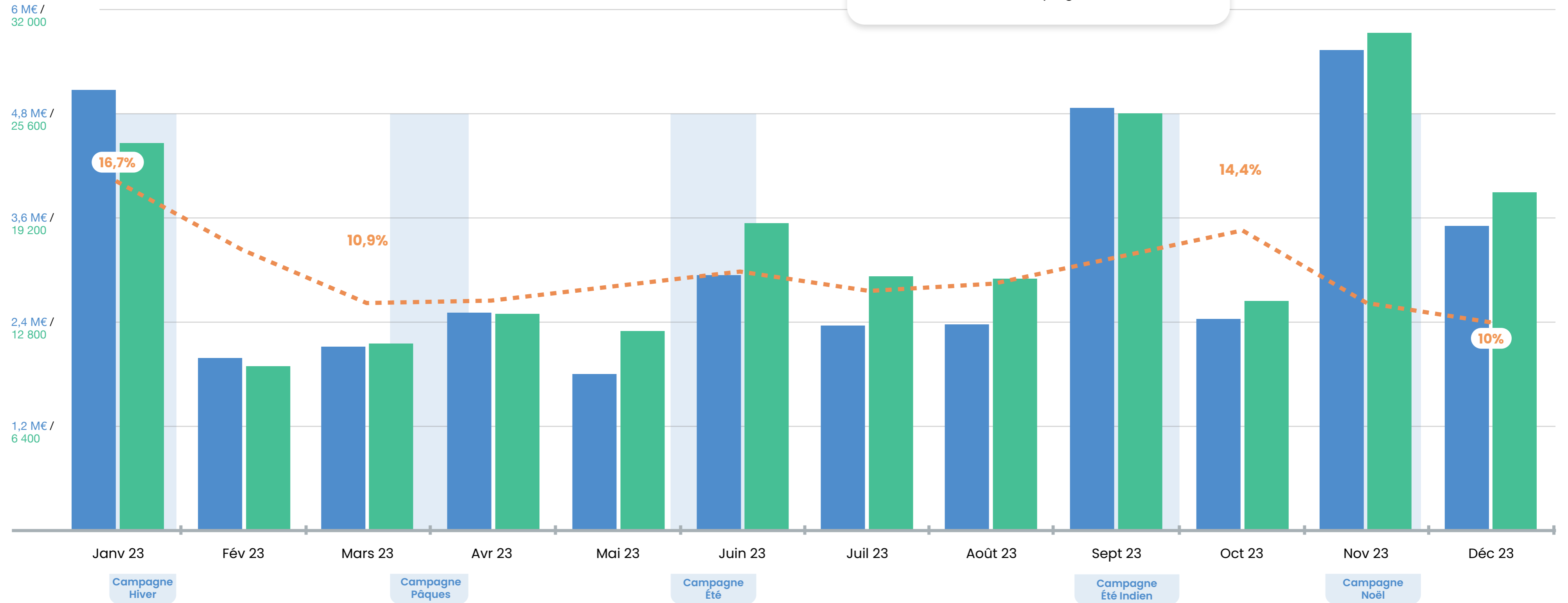
> **Intentions d'achats et intentionnistes** : ces données, liées directement aux pages produit d'Explore Grand Est sont issues de notre back-office et décorréliées de tout outil de suivi tiers. Ces données sont comptabilisées au réel car elles ne sont pas affectées par l'acceptation ou non des cookies.

> **Pages vues** : issues de *Google Analytics 4*, elles sont limitées par l'acceptation des cookies par les utilisateurs d'Explore Grand Est (taux moyen d'acceptation de 50%).

> **Taux de conversion** : issu de *Google Analytics 4*, il est calculé différemment qu'il ne l'était sur *Universal Analytics*. Le nouveau calcul a été appliqué à l'année 2022 afin de permettre un comparatif pertinent.

KPIs Business 2023 mensuels

Période du 01/01/2023 au 31/12/2023



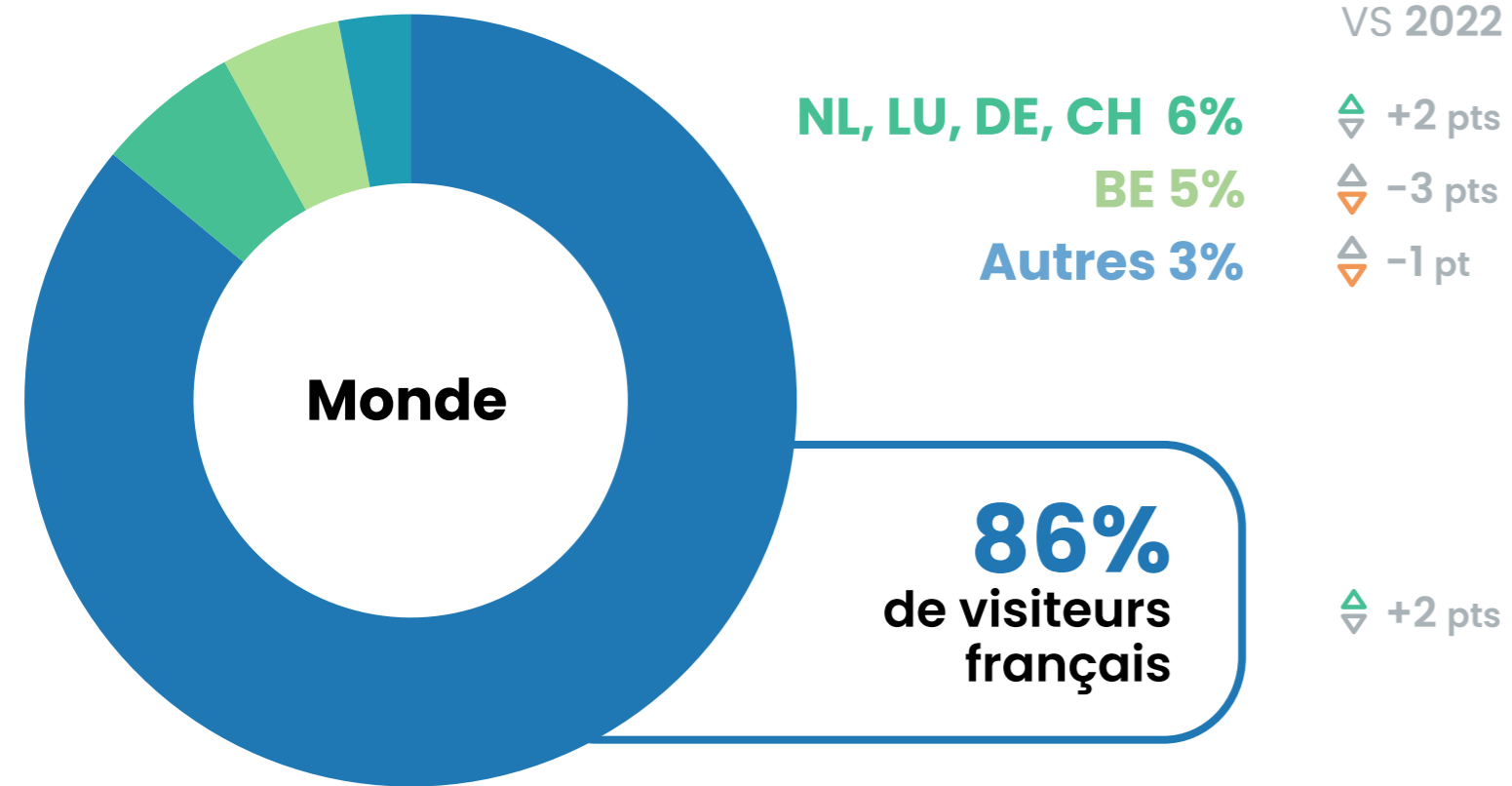
A scenic winter landscape featuring snow-covered mountains, a hot air balloon, and a cabin. The scene is set in a mountainous region with rolling hills and a clear sky. A hot air balloon with red and yellow stripes is floating in the upper right portion of the frame. In the lower left, a small wooden cabin with a dark roof is nestled on a snowy slope. The overall atmosphere is serene and picturesque.

EXPLORE-GRANDEST.COM

Détail des performances par profil utilisateur

Provenance des clientèles

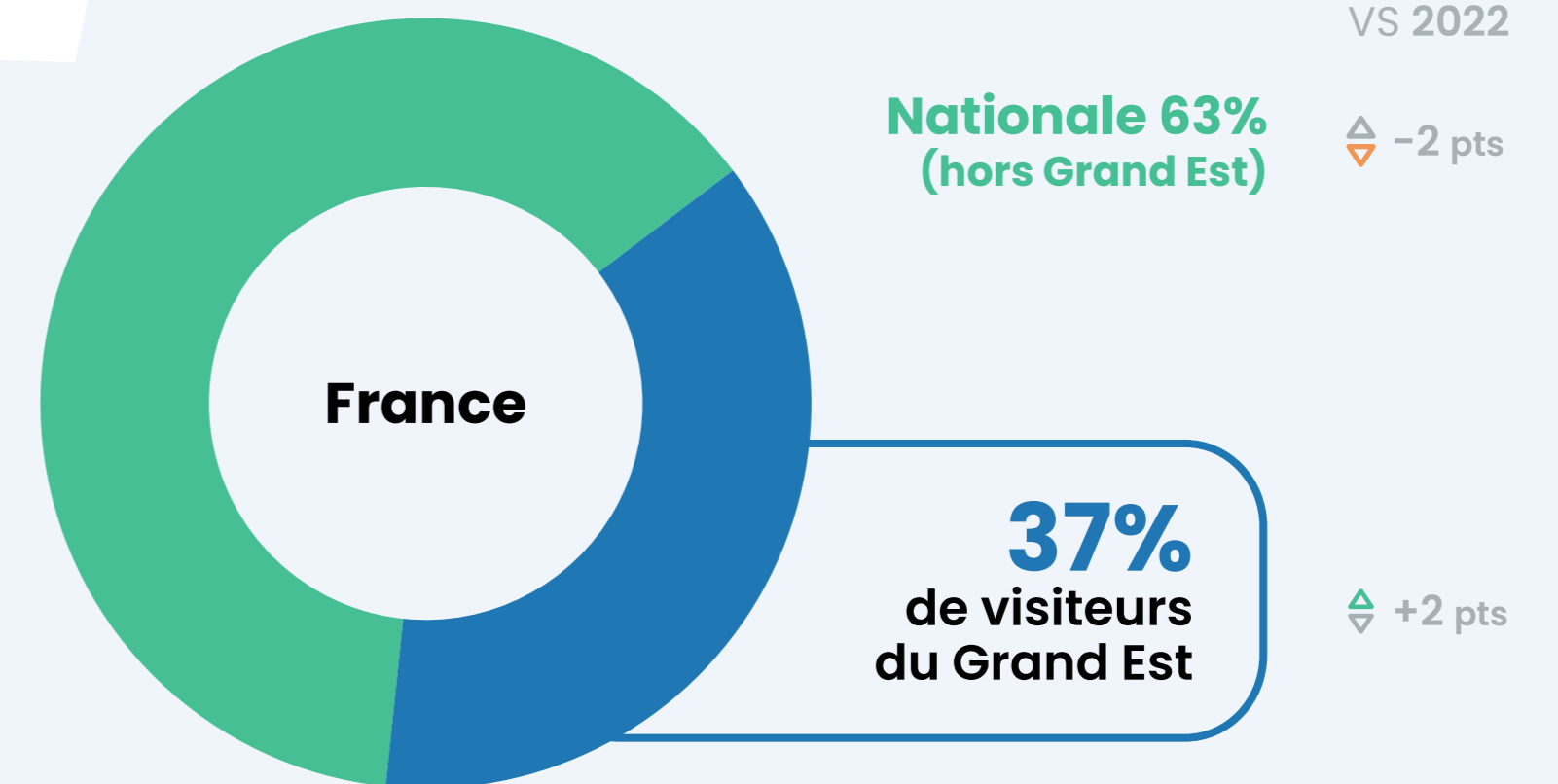
Période du 01/01/2023 au 31/12/2023



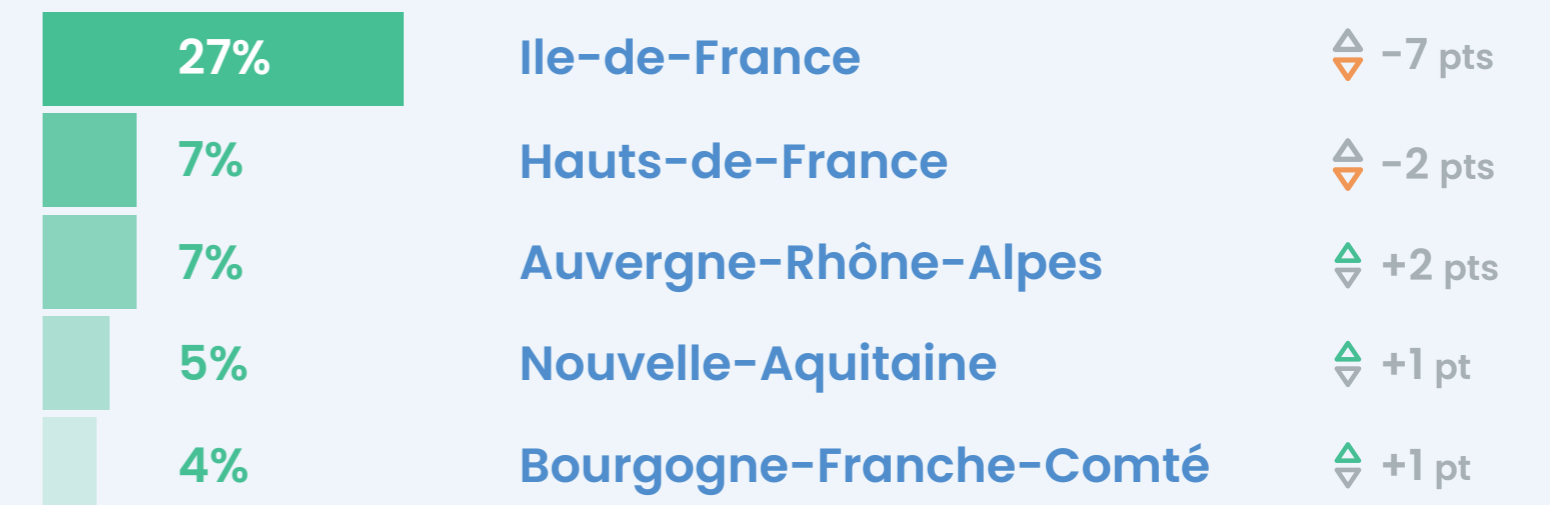
Top 5 des pays (hors France)



Provenance des visiteurs (France)







Top 5 des territoires (hors Grand Est)







Détails intérêt & performance / provenance

Période du 01/01/2023 au 31/12/2023

	Grand Est	vs	National
 Budget moyen	164€		167€
 Taux de conversion	13,1%		11,9%
 Part des intentions d'achat	40%		60%
 Temps passé	3:07 min.		2:35 min.

CLIENTÈLE ENDOGÈNE VS EXOGÈNE

Les clientèles Explore GE provenant du Grand Est représentent plus d'un tiers des intentions d'achat nationales et, malgré un panier moyen légèrement inférieur aux autres clientèles nationales, elles convertissent mieux et passent plus de temps sur la plateforme.

	France	Belgique	Allemagne	Pays-Bas	Suisse	Luxembourg
 Budget moyen	166€	172€	148€	97€	171€	187€
 Taux de conversion	12,4%	11,3%	9,5%	11,1%	12,1%	15,2%
 Part des intentions d'achat	85%	6%	2%	1%	1%	2%
 Temps passé	2:32 min.	3:23 min.	3:13 min.	3:03 min.	3:37 min.	3:49 min.

CLIENTÈLE FRANÇAISE VS FRONTALIÈRE

Les clientèles françaises représentent la majorité des intentions d'achat (en cohérence avec les actions d'acquisition menées).

Les clientèles belges représentent le plus grand volume d'intentions d'achat des clientèles frontalières.

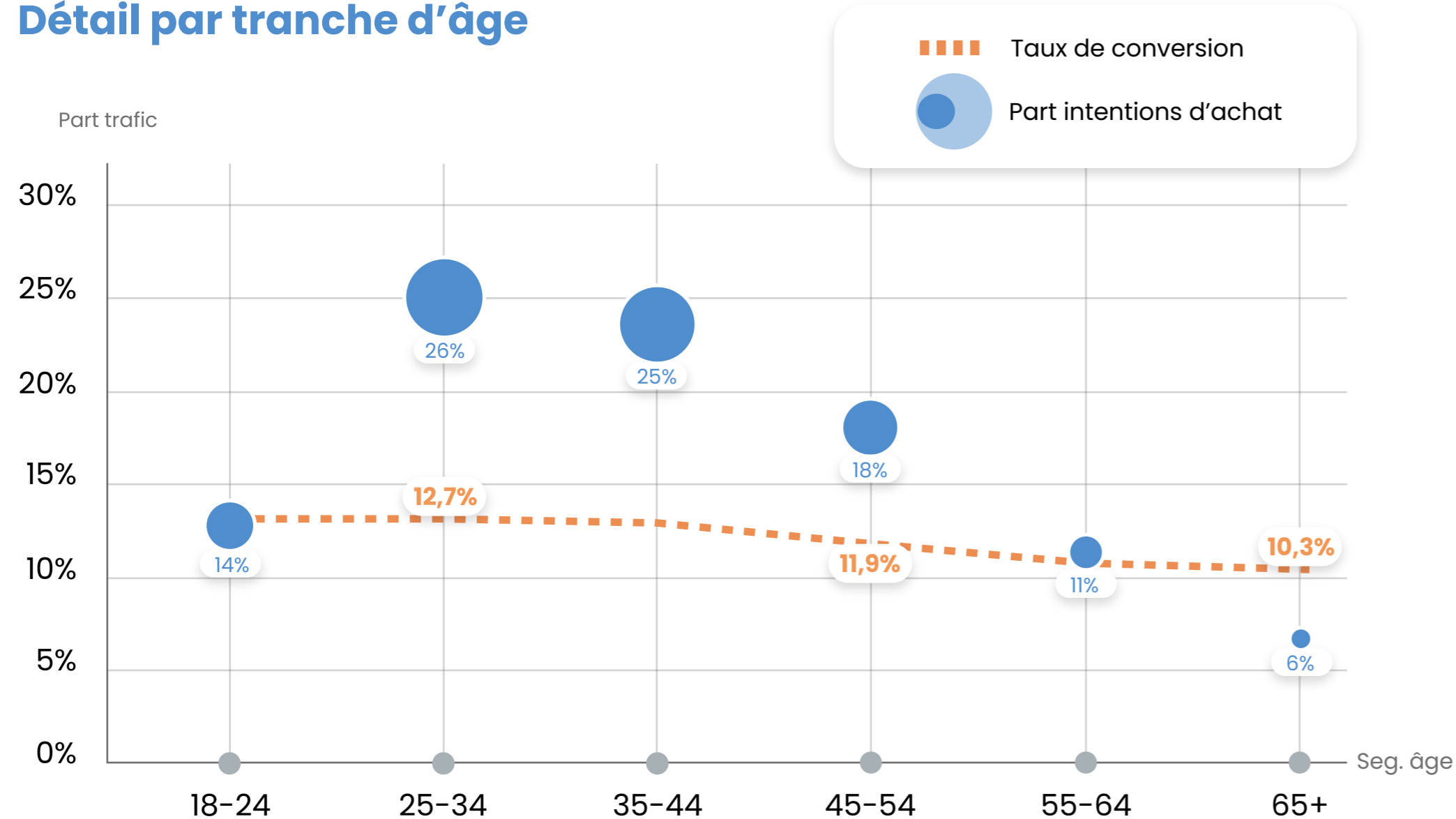
Les clientèles suisses et luxembourgeoises ont un fort potentiel à développer. Bien qu'elles ne représentent qu'une faible part dans les intentions d'achat totales, elles se démarquent par la qualité de leurs sessions. Avec des taux de conversion et un temps passé sur la plateforme élevés, elles témoignent leur intérêt pour les offres et le contenu proposés sur Explore GE.

Les clientèles néerlandaises présentent un budget moyen nettement inférieur à celui des autres clientèles frontalières. Cela s'explique par le fait qu'elles consomment majoritairement des activités (2 fois plus d'activités que d'hébergements), dont le prix moyen est plus bas par nature.

Profil des clientèles

Période du 01/01/2023 au 31/12/2023

Détail par tranche d'âge

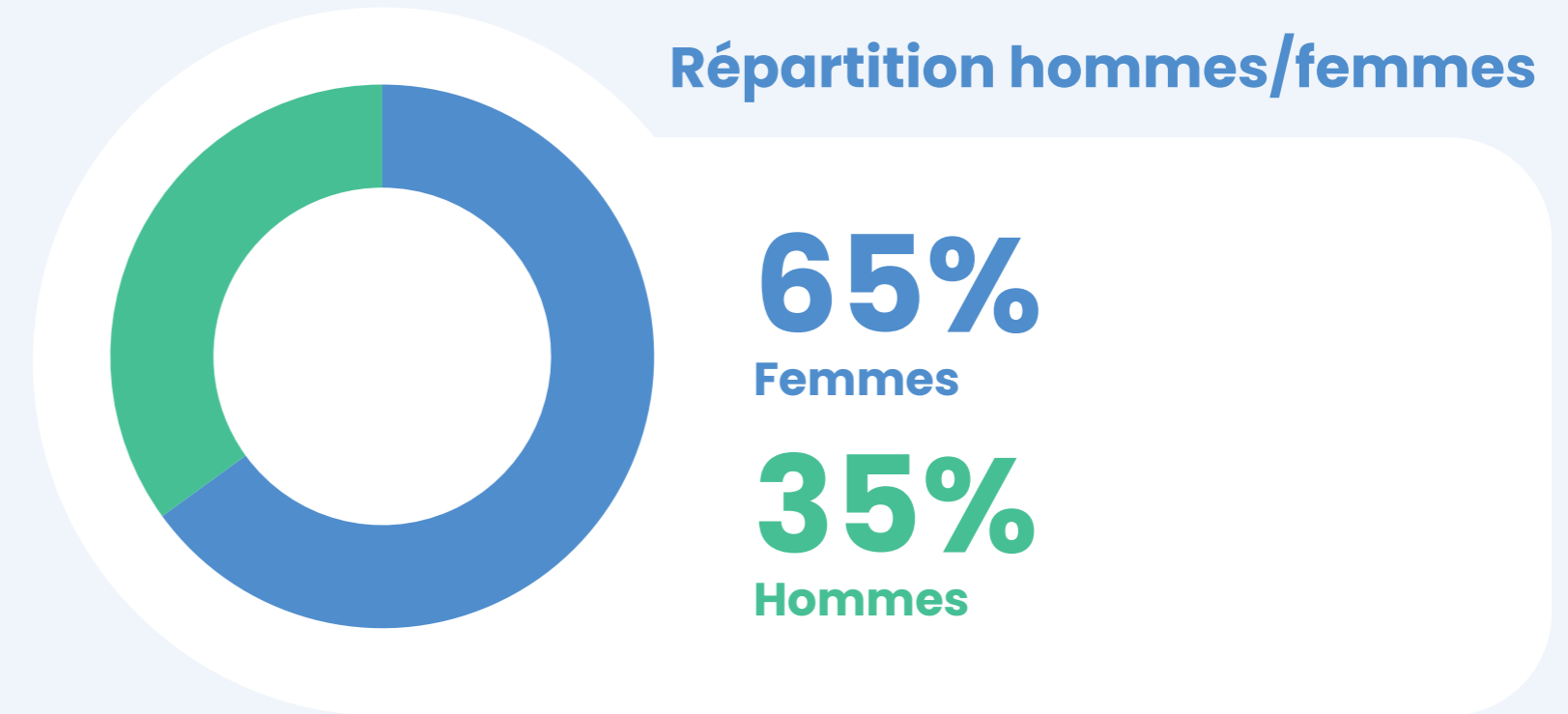


Les 25-44 ans représentent 50% du trafic et des intentions d'achat sur Explore Grand Est.

Nous observons un **léger vieillissement du trafic de la plateforme par rapport à 2022**, avec un recul des 25-44 ans au profit des plus de 45 ans.

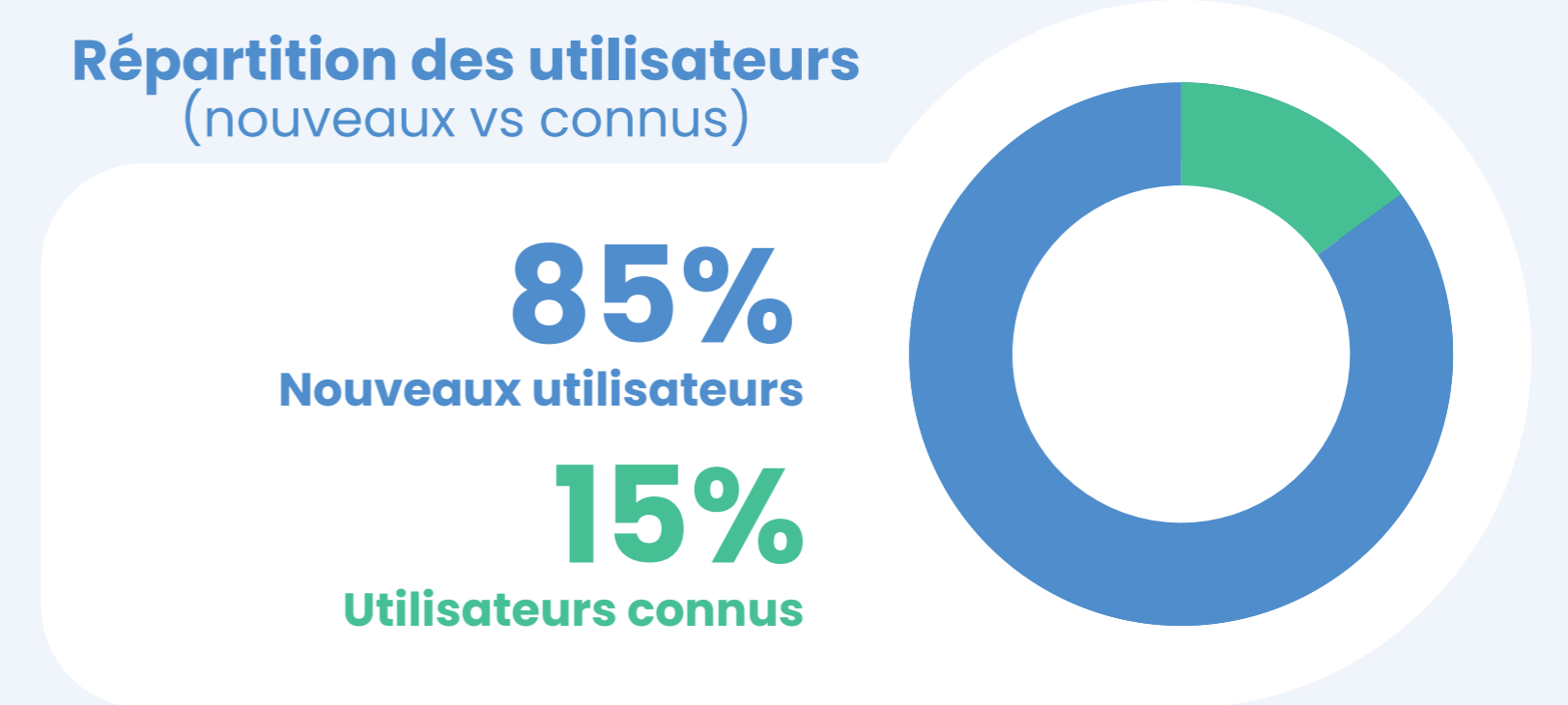
Les 18-24 ans, malgré un pouvoir d'achat plus faible, convertissent et affichent les sessions les plus qualitatives (temps passé, nombre de pages vues...). La progression observée en 2022 s'est stabilisée cette année.

Répartition hommes/femmes



La répartition hommes/femmes est similaire à celle observée en 2022. Les hommes, moins nombreux, passent toutefois plus de temps sur la plateforme et convertissent légèrement mieux que les femmes.

Répartition des utilisateurs (nouveaux vs connus)



Les utilisateurs connus sont une clientèle très intéressante car leur taux de conversion est supérieur et qu'ils passent plus de temps et visitent plus de pages sur la plateforme.

A woman in a grey coat and dark pants stands in a lush green forest, looking towards a modern wooden cabin with a thatched roof. The cabin has large windows and a wooden deck. The scene is bathed in soft, natural light, suggesting a peaceful, natural setting.

EXPLORE-GRANDEST.COM

Détail des performances par type d'offre

Intérêt & performance / produit

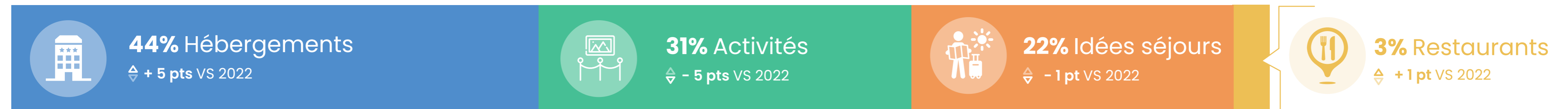
Période du 01/01/2023 au 31/12/2023

Intérêt par typologie produit

Basé sur les intentions d'achat (performance business)



Basé sur les pages produits vues (visibilité)



ACTIVITÉS VS IDÉES SÉJOURS

Bien que les activités soient plus consultées sur Explore GE que les idées séjours (cohérent au vu du nombre de produits par typologie d'offres), ces dernières génèrent un montant d'intentions d'achat 6 fois supérieur (prix et taux de conversion plus élevés pour ce type de produit).

Si elles ne représentent que 6% des intentions d'achat, les activités représentent toutefois 20% des clics sur le bouton *Réserver*.

LES OFFRES DE RESTAURATION

Si les offres de restauration en tant que telles sont encore peu présentes dans le catalogue d'offres Explore GE, il est à noter que la majorité des idées séjours (67%) comprennent de la restauration.

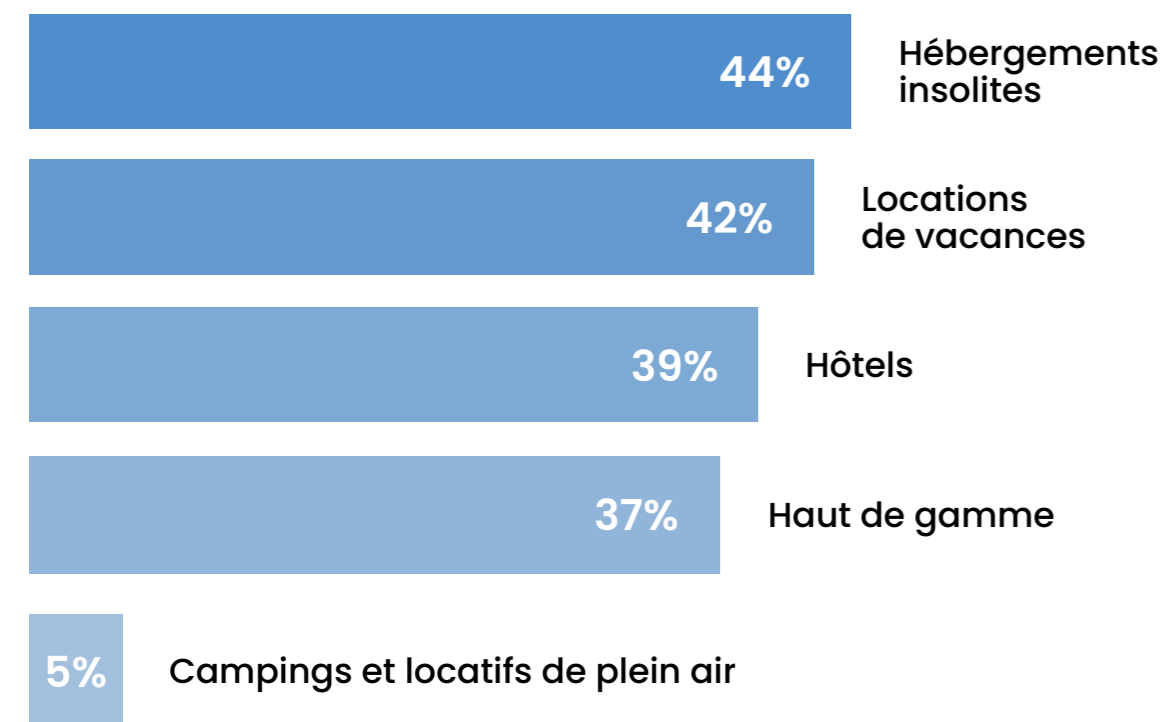
Les idées séjours incluant au moins une prestation de **restauration gastronomique** représentent 22% des idées séjours totales et elles génèrent 38% des intentions d'achat des idées séjours.

Intérêt & performance produit – Hébergements

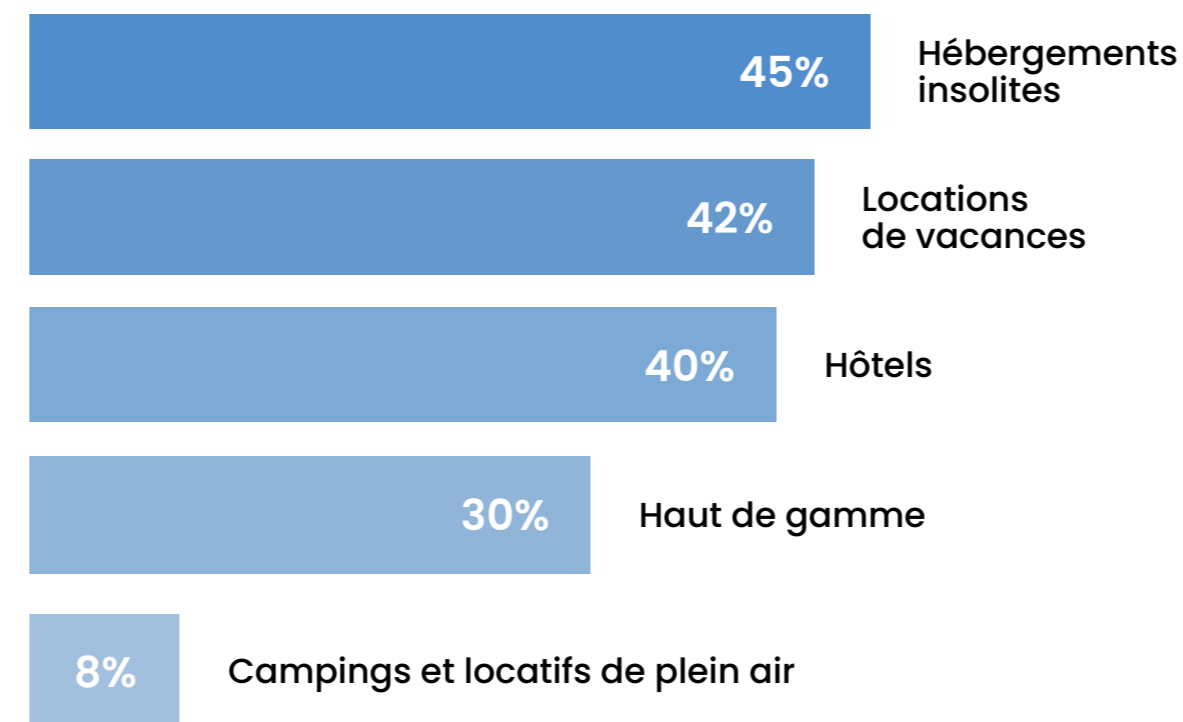
Période du 01/01/2023 au 31/12/2023

Top 5 Hébergements

En part d'intentions d'achat



En part de pages vues



Les hébergements insolites dominent l'offre d'hébergement sur Explore GE en termes de conversion (intentions d'achat) et d'intérêt (pages vues). Elles ne représentent pourtant que 17% du catalogue d'offres en hébergement.

Les hébergements nature (situés en pleine nature ou à proximité d'activités de plein air) représentent 59% des intentions d'achat. Il est à noter qu'une part importante de ces offres sont des hébergements insolites.

Les locations de vacances restent plébiscitées par nos clientèles et représentent une belle porte d'entrée pour découvrir notre destination.

NB : Une offre d'hébergement peut appartenir à plusieurs catégories (ex : hébergement insolite + location de vacances) ce qui explique que la somme des parts de chacune d'entre elles soit supérieur à 100%.

Les hébergements sur Explore Grand Est



990
offres

32%
du catalogue
d'offres



Budget moyen

188€ +5 €
VS 2022



Prix moyen
des offres

233€ +27 €
VS 2022



Part dans
les int. d'achat

60% +6 pts
VS 2022

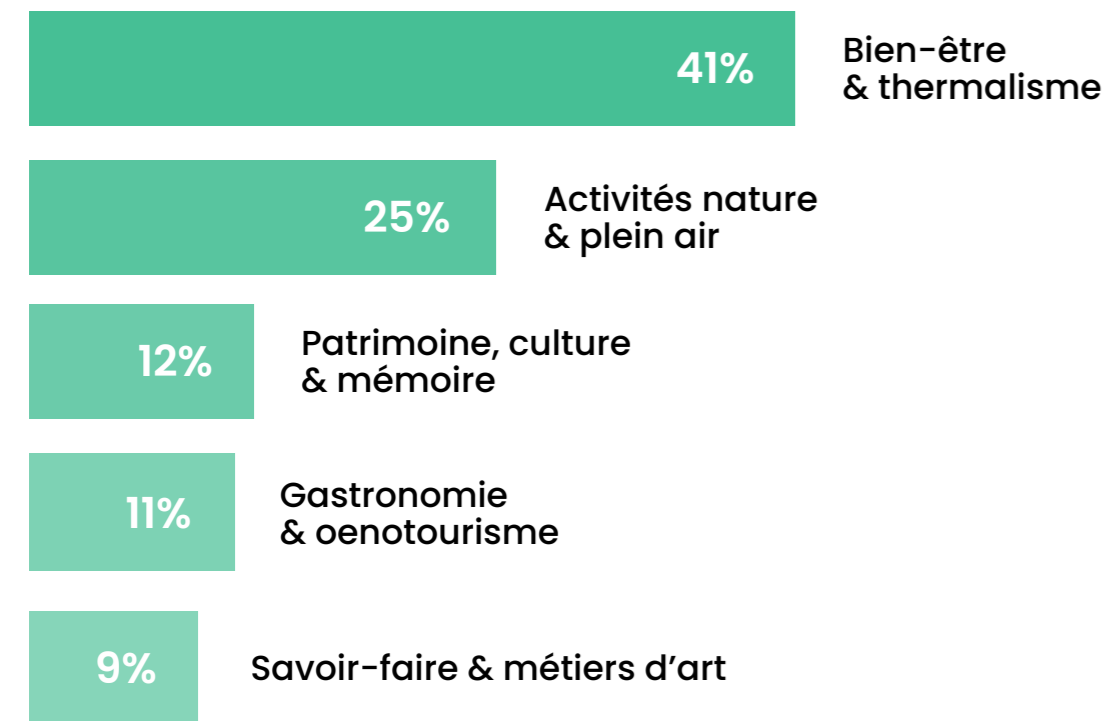
À noter : Prix moyen au regard de la diversité et de la composition des offres sur Explore Grand Est

Intérêt & performance produit – Activités

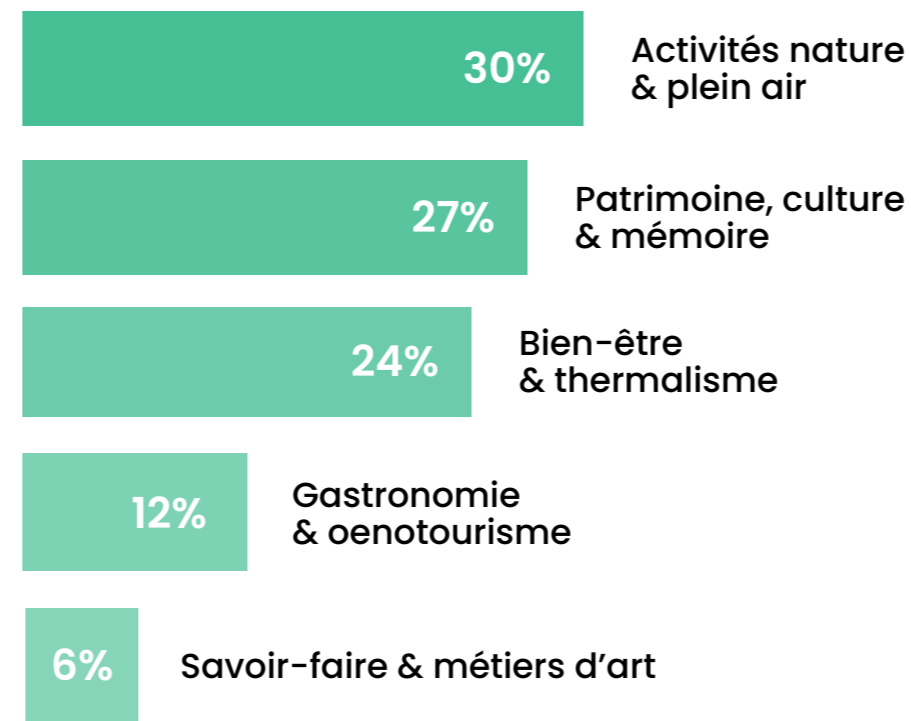
Période du 01/01/2023 au 31/12/2023

Top 5 Activités

En part d'intentions d'achat



En part de pages vues



Les activités **bien-être & thermalisme** ont largement converti et représentent une part importante des intentions d'achat pour les offres d'activités. Le succès de la campagne d'acquisition de septembre 2023 y a largement contribué.

Les activités **de plein air** restent en bonne place, tant en termes de volume d'intentions d'achat qu'en termes d'intérêt. Elles sont une belle vitrine des offres de notre territoire (27% du nombre total d'offres d'activités).

Globalement, les tendances sont similaires à celles observées en 2022.

Les activités sur Explore Grand Est



1536
offres

50%
du catalogue
d'offres



Budget moyen

50€

-1€
VS 2022



Prix moyen
des offres

65€

+1€
VS 2022



Part dans
les int. d'achat

6%

+1 pt
VS 2022

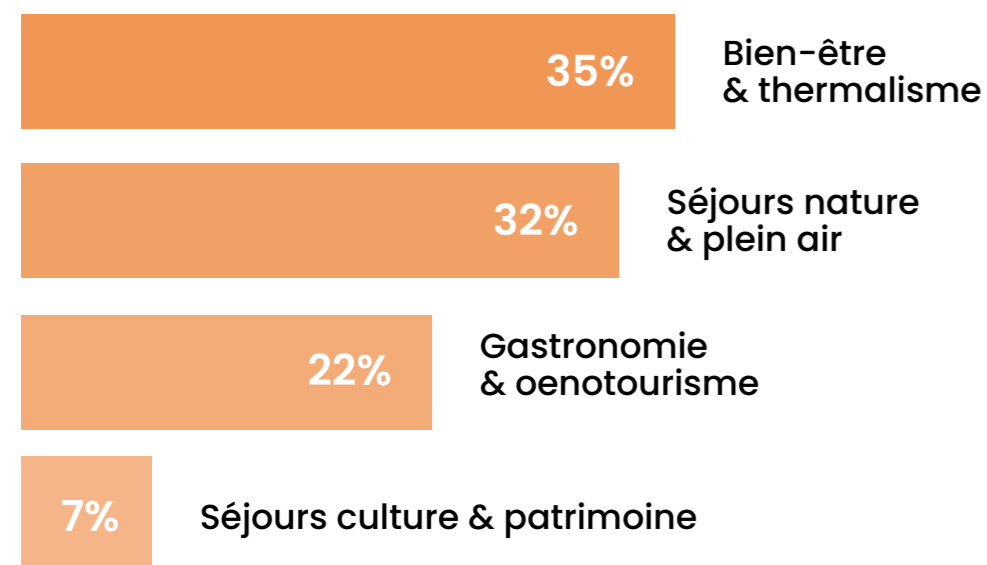
À noter: Prix moyen au regard de la diversité et de la composition des offres sur Explore Grand Est.

Intérêt & performance produit – Idées séjours

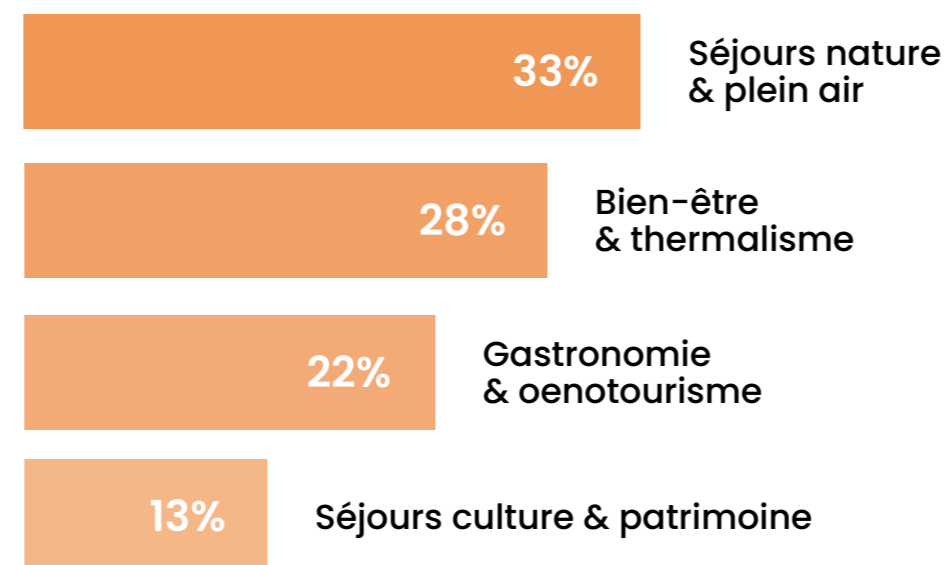
Période du 01/01/2023 au 31/12/2023

Top Idées séjours

En part d'intentions d'achat



En part de pages vues



Les offres séjours autour du **Bien-être, thermalisme** sont plébiscitées par les clientèles. Cela est renforcé par les bonnes performances des leviers d'acquisition tels que Veepee, mais aussi par la nature même de ces thématiques généralement mises en avant dans les offres packagées.

Le budget et le prix moyens **des offres idées séjours** sont les plus élevés au regard des autres catégories d'offres, ce qui impacte nécessairement les performances en matière d'intentions d'achat (32% du volume d'intentions d'achat sur Explore GE).

Il est à noter cependant que **le budget moyen a largement baissé** par rapport à 2022 (-16%), de même que la part des intentions d'achats représentée par les idées séjours (-8 points par rapport à l'an passé).

Les idées séjours sur Explore Grand Est



436
offres

14%
du catalogue
d'offres



Budget moyen **258€** -48 €
VS 2022



Prix moyen
des offres **387€** -2 €
VS 2022



Part dans
les int. d'achat **32%** -8 pts
VS 2022

À noter : Prix moyen au regard de la diversité et de la composition des offres sur Explore Grand Est



EXPLORE-GRANDEST.COM

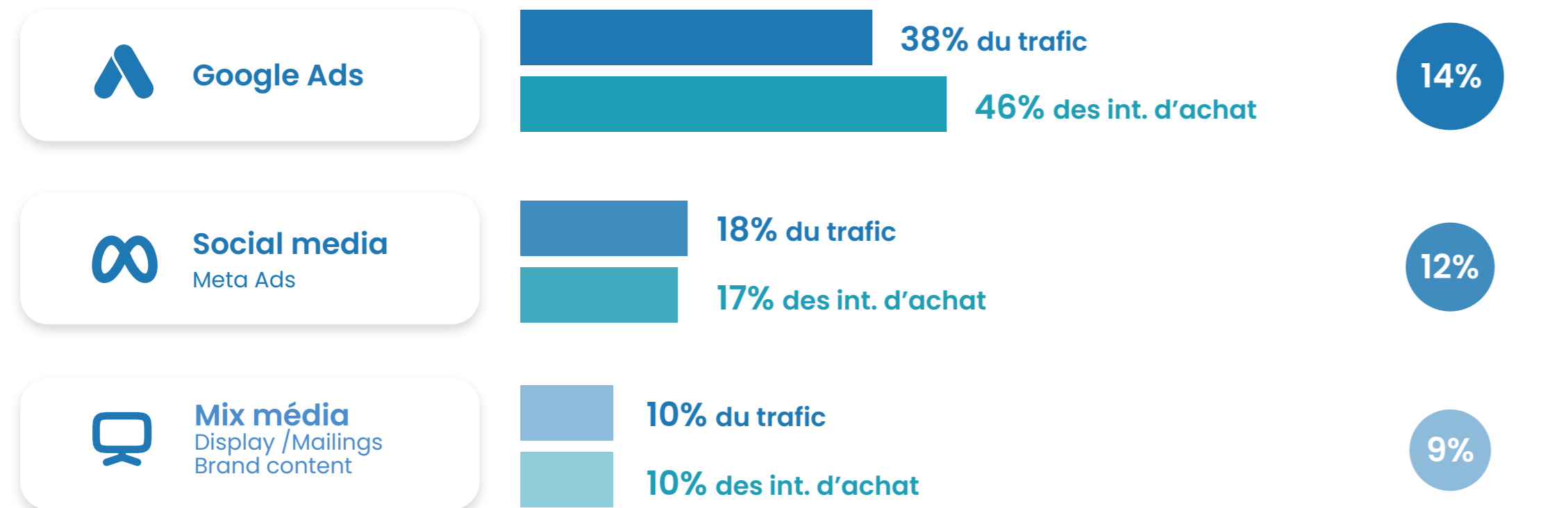
Détail des performances par source de trafic

Acquisitions & sources de trafic

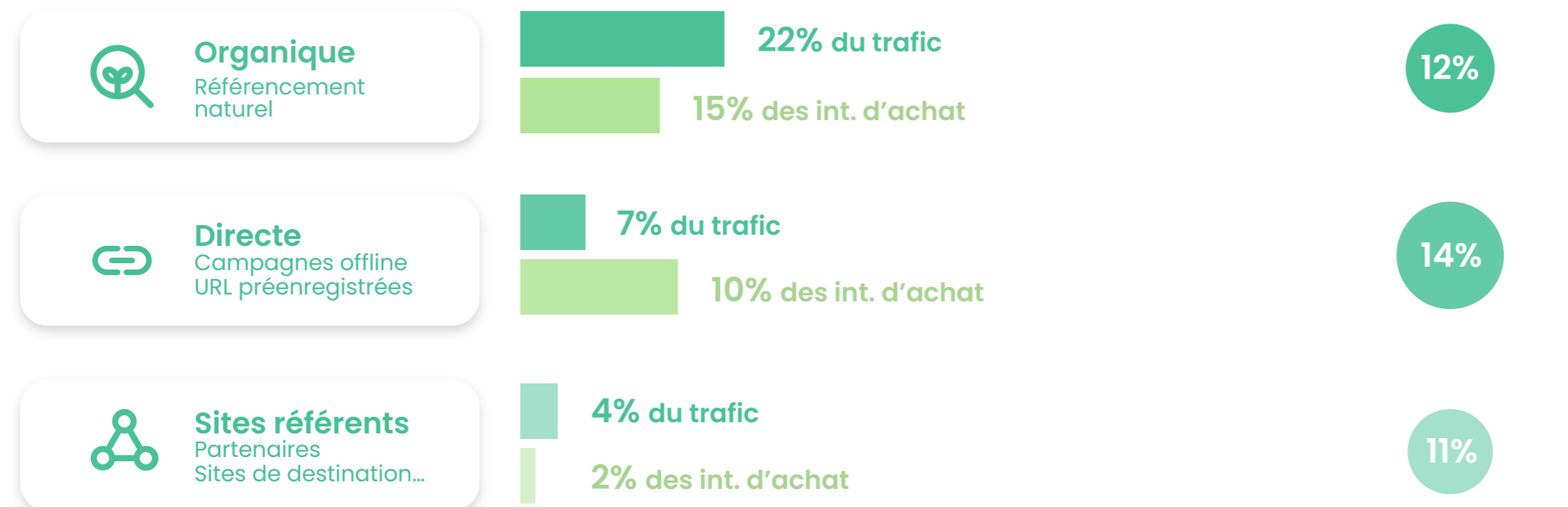
Période du 01/01/2023 au 31/12/2023

Taux de conversion

Acquisition payante



Acquisition naturelle



Évolution des modèles d'attribution

Pour rappel, en juillet 2023, Google a opéré un changement d'outil de suivi et de mesure des performances. Nous avons donc réalisé une migration vers ce nouvel environnement.

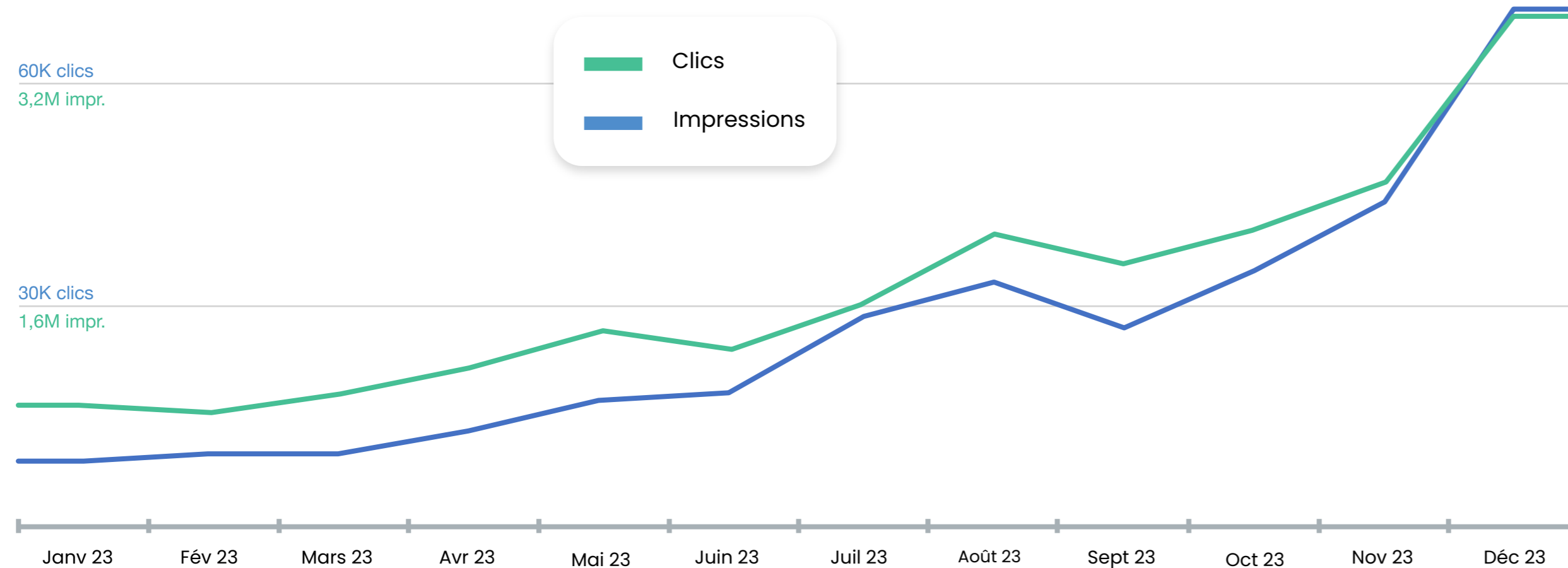
Google Analytics 4 propose un nouveau modèle d'attribution basé sur la donnée. Ce dernier permet d'attribuer les conversions et les intentions d'achats aux différentes sources d'acquisitions qui sont intervenues dans le parcours de l'utilisateur. Cette fonctionnalité a pour objectif de valoriser tous les leviers qui interviennent dans le parcours utilisateur.

Quelles conséquences pour Explore Grand Est ?

- > Le modèle d'attribution basé sur la donnée est censé offrir **une restitution plus juste et représentative des canaux et sources d'acquisition de la plateforme.**
- > Ce changement introduit **une nouvelle logique d'attribution et de calcul des données. Il modifie notre manière d'appréhender les résultats.**
- > De ce fait, **il n'est pas possible de comparer les chiffres des différentes sources d'acquisition observées en 2023 avec ceux de 2022** (ces derniers résultaient d'un modèle d'attribution basé sur le dernier clic).

Performances organiques depuis Google

Période du 01/01/2023 au 31/12/2023



Au vu de la jeunesse relative de la plateforme Explore Grand Est, nous observons **une progression soutenue et continue en termes de visibilité naturelle sur Google**. Ces bons indicateurs reflètent la stratégie de production et d'optimisation des contenus mise en place dès le départ du projet et continuellement améliorée.

Nous distinguons deux pics de trafic et de visibilité qui correspondent aux deux principaux temps forts de la région : les vacances d'été et la période des marchés de Noël.

● Clics depuis les résultats Google



316K
clics

▲ +342%
2022 : 71.6K clics

● Visibilité depuis les résultats Google



20,5M
impressions

▲ +211%
2022 : 6.6M impr.

Ces bonnes performances sur les pages de résultats de recherche Google résultent de l'ensemble des actions SEO menée en 2023, avec notamment **la production et la mise en ligne de plus de 70 pages** autour de grandes thématiques (week-end spas, hébergements insolites, week-end en amoureux...) et la migration du site tourisme-lorraine.fr vers Explore Grand Est.

22% Part du trafic organique

La part du trafic organique continue d'augmenter (+8 pts VS 2022), gagnant du terrain sur les sources d'acquisitions payantes. Cette progression est essentielle dans la mesure où le trafic organique est généralement moins coûteux, plus pérenne et plus qualitatif.

A woman with blonde hair, wearing a dark patterned dress, is walking away from the camera on a dirt path in a forest. The path is covered with fallen leaves. To the left, there is a large, mossy tree trunk. In the background, a reddish-brown rocky cliff face is visible. The forest is dense with green trees and foliage. The overall scene is a natural, outdoor setting.

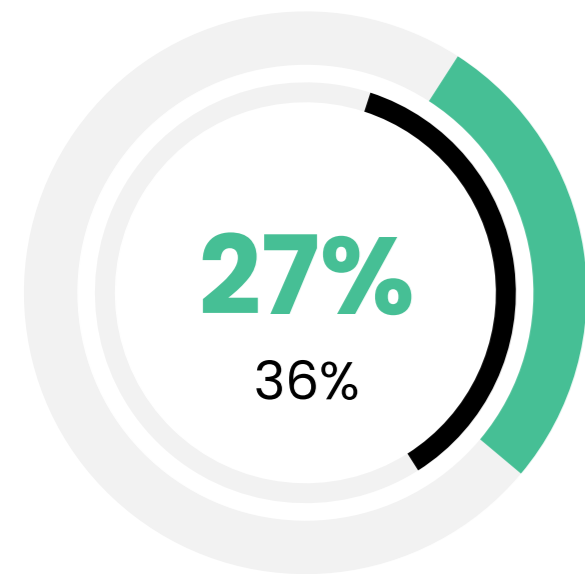
EXPLORE-GRANDEST.COM

Données complémentaires

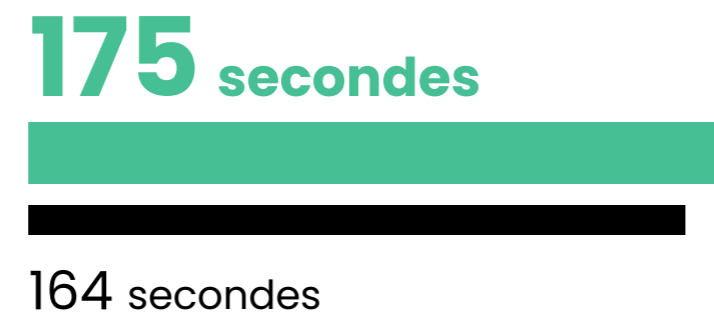
Qualité éditoriale & technique

En date du 31/12/2023

■ 2023 ■ 2022



Taux de rebond

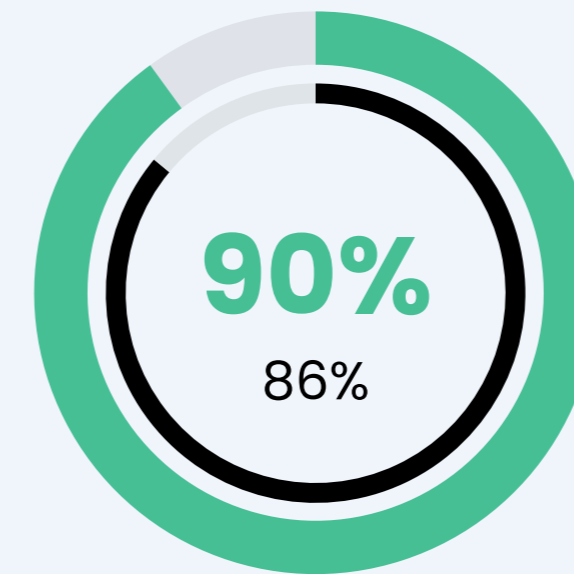


Temps moyen passé

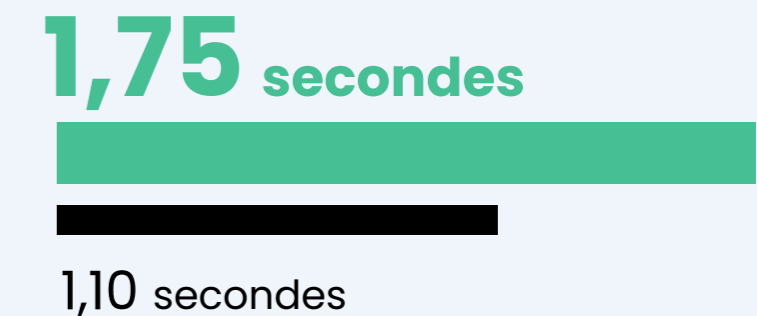
QUALITÉ ÉDITORIALE

Les indicateurs moyens nous laissent penser que les travaux éditoriaux effectués sont de qualité et en phase avec les attentes utilisateurs.

Le taux de rebond, issu de Google Analytics 4, correspond à la part des utilisateurs ayant passé moins de 10 secondes ou n'ayant consulté qu'une seule page lors de leur visite sur Explore Grand Est. Un chiffre à la baisse est donc un bon indicateur.



Santé SEO & Tech.



Temps de chargement

QUALITÉ TECHNIQUE

Une veille hebdomadaire est effectuée sur ces différents indicateurs afin de réagir rapidement en cas de perturbations liées aux divers apports techniques, et ainsi garantir le maintien d'un environnement stable.

Le temps de chargement moyen est en hausse. Ce phénomène est inhérent à la croissance de la plateforme ; le volume d'offres augmente, les utilisateurs sont de plus en plus nombreux et les sollicitations des serveurs se multiplient.

Des opérations visant à améliorer les temps de chargement sont prévues sur la feuille de route des trois prochaines années.



Fonds Européen de Développement Régional

Le projet de plateforme d'accélération à la commercialisation des offres touristiques, sportives, culturelles et œnotouristiques du Grand Est fait l'objet d'un financement FEDER dans le cadre de la réponse de l'Union Européenne à la pandémie COVID-19.