

DANS UN CONTEXTE INÉDIT ET INCERTAIN, BALLADINS CONFIRME LES RÉSULTATS D'UNE STRATÉGIE INITIÉE À LA REPRISE DE L'ENSEIGNE

Repositionnée et nuancée, l'enseigne balladins maintient le cap

Après un début d'année perturbé, sur fond de crises sociales (grèves, mouvements des gilets jaunes) et sanitaires, balladins désormais nuancée sous 5 enseignes, maintient des performances stables par rapport à l'année précédente, qui avait connu une nette augmentation des résultats, fruit d'un travail initié dès la reprise de l'enseigne. Toujours très présente dans l'imagerie du paysage hôtelier français comme l'atteste la 21ème place sur 123 enseignes de l'étude de notoriété des enseignes hôtelières Coachomnium*, balladins a consolidé ses engagements cet été en s'associant à des mouvements solidaires permettant au plus grand nombre de pouvoir partir en vacances, comme par exemple, « Retrouvons-nous en France », lancé par Vacances et Famille.

PERFORMANCES STABLES DES RÉSERVATIONS SUR BALLADINS.COM

Depuis leur reprise de l'enseigne en 2018, David Morel et Fabrice Beyer ont initié de nouvelles stratégies ayant permis des progressions constantes des ventes directes sur le site de l'enseigne, balladins.com, allant jusqu'à 33 % de progression d'une année à l'autre. Dans le contexte particulier de cette été 2020, les réservations sur le site balladins.com ont été maintenues, sans pour autant enregistrer de progression, une première dans la nouvelle page de l'histoire de l'enseigne.



« Fabrice Beyer, Directeur marketing et commercial associé explique : « Au regard du contexte, nous considérons comme tout à fait honorable d'avoir réussi à maintenir nos réservations. Si nous regardons de plus près le trafic, il est à noter qu'il a été qualifié, avec un taux de conversion en nette hausse, et un panier moyen stable. Cela conforte une fois de plus notre stratégie digitale, et la valeur ajoutée de notre billetterie en ligne qui a permis de proposer de nouvelles prestations via le site balladins.com.

Les clients balladins ont confirmé leur fidélité et attachement à l'enseigne, et surtout, les nouveaux clients qui ont découvert balladins ont été réceptifs aux nombreuses campagnes de communication visant à sensibiliser le grand public à l'importance de la réservation. L'enseigne a toujours enregistré une clientèle individuelle loisirs française majoritaire, ce qui a été un avantage évident dans un contexte encourageant les Français à choisir la France comme destination de leurs vacances estivales. »

DES DISPARITÉS, DES DÉPARTS EN DERNIÈRE MINUTE ET L'ABSENCE DES TOURISTES ÉTRANGERS

Le contexte a redistribué les cartes et modifié les règles, notamment en mettant davantage en exergue les difficultés d'anticipation pour l'ensemble de la profession.

De très nombreux vacanciers se sont décidés en dernière minute, rendant complexe la gestion de l'activité et des ressources à mobiliser pour les hôteliers. Ainsi, ces derniers ont plus que jamais favorisé les tarifs flexibles, avec une annulation possible jusqu'au jour d'arrivée, et ce, dès la reprise de l'activité. Car ce que balladins rappelle dans les avantages de la vente directe sur www.balladins.com, au-delà d'un meilleur tarif, c'est aussi, des conditions plus flexibles.

En résultent des taux d'occupation particulièrement intéressants dès le déconfinement, avec certains hôtels ayant même enregistré de meilleures performances en termes de taux d'occupation sur les premières semaines de juin grâce aux voyageurs français. Reste à noter l'absence de la clientèle internationale (notamment en provenance de Belgique, Angleterre, Pays-Bas) qui était chaque année de plus en plus nombreuse à choisir l'enseigne balladins. D'ores et déjà, des plans de communications sur ces marchés sont prévus par l'enseigne afin de réactiver les travaux déjà initiés dans le passé.

En tout transparence, balladins constate de grandes disparités entre les régions, voire même les différentes typologies de destinations : urbaines, rurales, littorales... En fonction des annonces gouvernementales et des informations portées par les médias, les Français ont vu et revu leurs projets de vacances et ont su adapter leurs voyages pour privilégier les zones les moins à risque.

L'ÉTÉ 2020 EN QUELQUES CHIFFRES

Naturellement, du fait du confinement, les chiffres sont négatifs par rapport à 2019 mais il en ressort tout de même que :

Comparatif n-1 sur balladins.com : - 3,8 % en juillet, +4,42 % en août

Une donnée intéressante partagée par des partenaires OTA indique que les baisses enregistrées par l'enseigne balladins sur leurs plateformes de ventes sont moins importantes que la moyenne du marché de l'hôtellerie 2* et 3*.

Bien qu'il nous soit difficile de nous réjouir de tels chiffres, nous sommes fiers de noter que l'ensemble de la stratégie que nous appliquons depuis plus de 2 ans avec David Morel porte ses fruits. Nous sommes convaincus que le travail effectué aux côtés de nos hôteliers, que notre accompagnement quotidien en tant que franchiseur notamment sur les politiques tarifaires et commerciales, a permis à l'enseigne de tirer son épingle du jeu. »

* Étude complète disponible sur <https://www.coachomnium.com/bonus/bonus-4-etudes-de-clienteles/notoriete-chaines-hotelières.html>

A PROPOS DE BALLADINS

balladins est une chaîne d'hôtellerie française, fondée en 1985. Elle compte différents établissements, allant de deux à trois étoiles, sous franchise et licence de marque, partout en France. L'enseigne a été rachetée en juin 2018 par deux de ses salariés, David Morel et Fabrice Beyer, qui opèrent un véritable travail de fond depuis plusieurs années déjà, afin de repositionner la marque dans le but d'accroître sa notoriété, de perfectionner l'expérience client, de redorer son image et d'améliorer son attractivité auprès des hôteliers candidats à la franchise ou à la licence de marque. En mai 2019, l'enseigne a déclenché la déclinaison de son enseigne en cinq nuances, pour répondre aux attentes de sa clientèle et simplifier la lecture de son offre : initial by balladins, authentic by balladins, urban by balladins, inspiration by balladins et myhome by balladins. En septembre 2019, l'ensemble des collaborateurs du réseau balladins ont accès à une nouvelle plateforme de e-formation professionnelle : l'Académie balladins.

Plus d'informations : <https://www.balladins.com/fr/>

CONTACTS PRESSE AGENCE BELLE NOUVELLE !

Mélanie Godefroy // melanie.godefroy@bellenouvelle.fr // 06 32 06 71 66

Laurène Le Norcy // laurene.lenorcy@bellenouvelle.fr // 06 18 68 33 32