

LES HÉBERGEURS ET LA CLIENTÈLE BRITANNIQUE : LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS



- **Introduction**
- Les attentes de la clientèle britannique
- Le profil-type des hébergeurs performants
- Les bonnes pratiques selon les opérateurs / tour-opérateurs
- Les bonnes pratiques des hébergeurs
- Conclusion



Les BRITANNIQUES*

1ère clientèle internationale
du Grand Ouest

En 2013, 2 463 000 nuitées en
campings et 872 000 nuitées
hôtelières

Soit 25 à 30 % des nuitées
internationales observées dans ces
3 régions

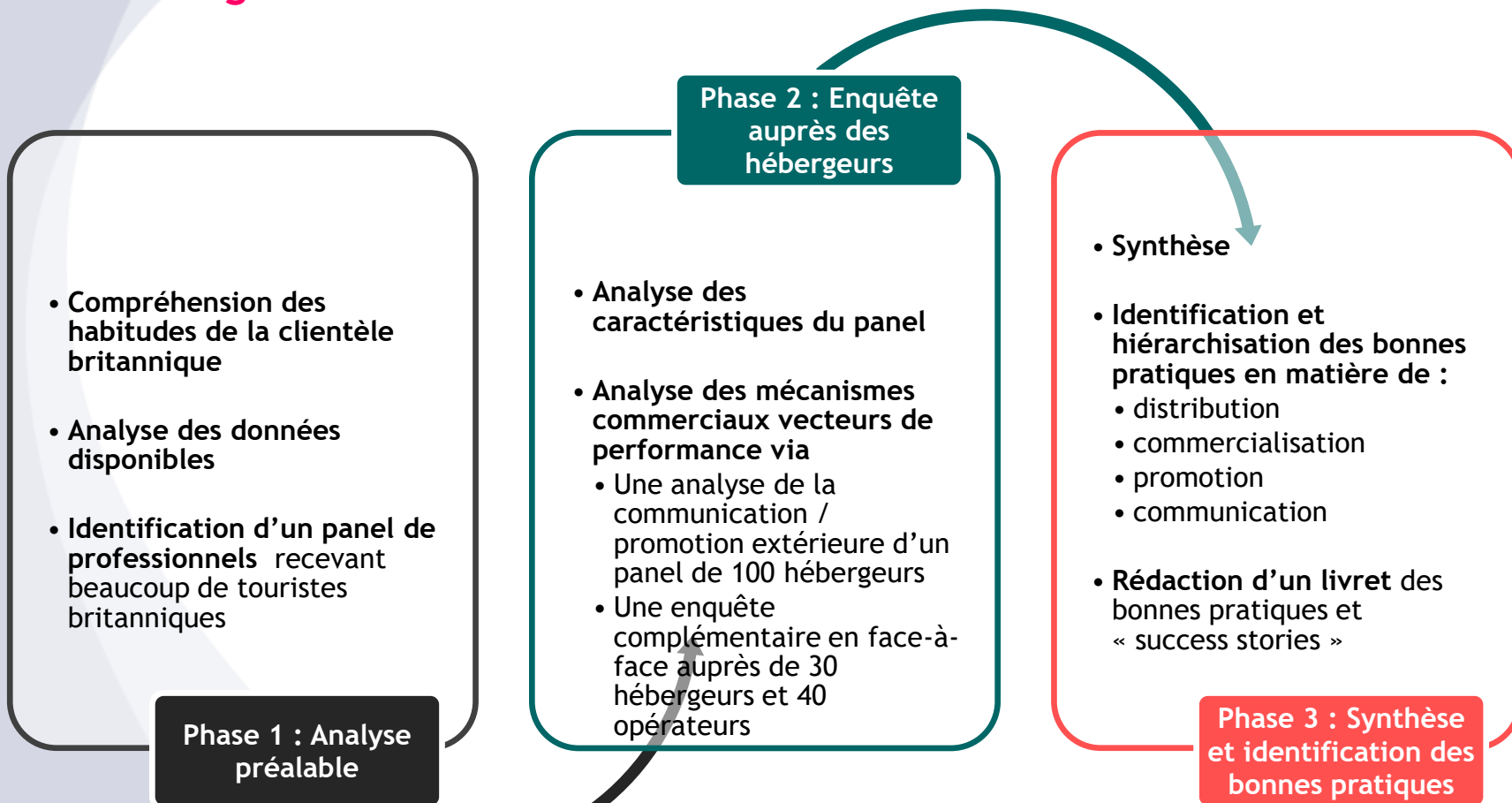
- Une attirance naturelle, pour les Régions de l'Ouest, **MAIS** une clientèle fortement sollicitée par la concurrence (tant française qu'étrangère)
- Un contexte économique maussade induisant une forte sensibilité au prix
- Une trop grande familiarité/proximité de la destination, conjuguée à un positionnement de la France de plus en plus élitiste.

**NECESSITE DE SE MOBILISER POUR S'AMELIORER, SE
DIFFERENCIER ET RECONQUERIR LES BRITANNIQUES**





Méthodologie de l'étude





Les moyens commerciaux les plus utilisés auprès de la clientèle britannique *Par les opérateurs...*

1. Le site Internet dédié en anglais
2. Les salons locaux professionnels
3. L'optimisation du référencement en anglais
4. La prospection commerciale

Par les hébergeurs...

1. Le site Internet dédié en anglais
2. L'optimisation du référencement en anglais
3. Les accords/partenariats avec les tour-opérateurs/agences
4. La présence dans les guides touristiques

Les stratégies commerciales des opérateurs rencontrés (chaines, fédérations, enseignes...) et des hébergeurs se complètent. Les opérateurs mettent en œuvre des actions de prospection directes et participent à des salons locaux (tels que le WTM, Birmingham, ...), ce que les hébergeurs privés ne peuvent faire seuls.



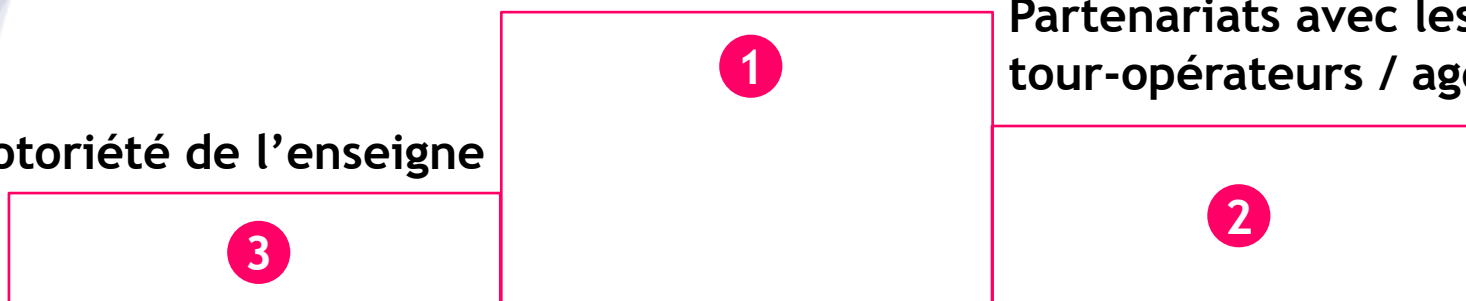


Les moyens commerciaux jugés les plus efficaces

Internet et e-distribution

Partenariats avec les
tour-opérateurs / agences

Notoriété de l'enseigne



> *La présence Internet, les partenariats noués doivent s'inscrire dans une stratégie globale, dans la plupart des cas, multicanal. Cette stratégie apparaît comme un facteur incontournable des performances observées auprès de notre panel.*

En parallèle, le produit et le service, de redoutables armes commerciales pour fidéliser et développer sa notoriété.





- Introduction
- **Les attentes de la clientèle britannique**
- Le profil-type des hébergeurs performants
- Les bonnes pratiques selon les opérateurs / tour-opérateurs
- Les bonnes pratiques des hébergeurs
- Conclusion



Répondre aux attentes des clients britanniques afin de les fidéliser

■ Les Britanniques recherchent :

- des hébergements de qualité et de charme
- "l'art de vivre à la française" : gastronomie raffinée, authentique et conviviale à toutes les tables
- la découverte de la France/région dans le cadre d'une formule tout compris (dans une étude récente de la DGCIS, cet élément semble accroître la probabilité d'être très satisfait de son séjour pour un client étranger)
- une prise en charge de l'organisation de leur séjour
- des indications des langues parlées par les réceptionnistes
- la fourniture de renseignements sur l'offre touristique locale : les foires, spectacles, les visites de ville, les marchés
- la proposition d'une offre dédiée en matière de shopping
- des informations sur les règles et services de l'hôtel
- une offre premium de petit-déjeuner copieux : toast, œufs brouillés, bacon, saucisses et haricots / céréales, pain, fruits, yaourts, jus frais pressés, ...
- des plages horaires longues pour la fourniture de la restauration.

Ces éléments ont été confirmés par les interlocuteurs rencontrés dans le cadre de cette mission.





Répondre aux attentes des clients britanniques afin de les fidéliser

Leurs préférences de séjour

Accueil	Services	Equipements	Confort	Packages / Prix
Accueil en anglais	Restauration /	Plateau de	Espace	Package all
Accueil	Bar à toutes	courtoisie	Séparation des	inclusive
chaleureux et	heures	Restaurant	espaces nuit /	Demi-pension
personnalisé	Choix de bières /	traditionnel /	séjour	3 nuits = 4 nuits
Informations	whisky /	produits du	Caractère	Séjour et
touristiques	Armagnac	terroir	régional du	gastronomie
détaillées	WiFi	Bar convivial avec	bâtiment	Packages golf /
Produits locaux	Animations	retransmission	Mise en valeur	vin
en vente libre au	enfants / prêts de	des matchs	des extérieurs	
comptoir	jeux de société	Piscine / Jacuzzi	Sécurité	
d'accueil	Service	Aire de jeux	bouilloire et thé	
Livret d'accueil	attentionné,	Parking sécurisé	dans la chambre,	
bien traduit	disponibilité	Jardin	chaînes TV	
Guide touristique	Traduction du		anglaises,	
	menu		journaux anglais	
	Plats végétariens			
	Ménage inclus			
	Petit-déjeuner			
	copieux et salé			





Les fidéliser : une question d'attitude ?

- **Garantir un produit irréprochable est la première clé d'une commercialisation réussie (de l'accueil à la propreté, en passant par la qualité de l'offre ou la sincérité du service...)**
 - Un quart des opérateurs rencontrés estime qu'ils reçoivent entre 20 et 50 % de clients britanniques « repeaters ».
 - 58 % des Britanniques s'appuient sur des recommandations d'amis, de collègues ou de la famille, 53 % sur des sites Internet et 41 % sur l'expérience personnelle (Source GB TGI / Mintel).
- **Etre disponible, à l'écoute et réactif :**
 - La plupart des hébergeurs interrogés considèrent que les Britanniques réclament plus d'attentions que d'autres nationalités.
 - **Ouverts et courtois, ils attendent une écoute disponible et un accueil chaleureux et personnalisé.**
- **...et échanger en anglais.**
 - 62 % des britanniques ne parlent que leur langue (source : Commission européenne-2011).

Miser sur l'accueil est une étape essentielle pour fidéliser la clientèle britannique, la faire revenir et favoriser les recommandations positives de la destination France et de votre établissement.





Les fidéliser : une question d'attitude ?

Quelques astuces pour mieux recevoir les Britanniques

- 1 Accueillir en anglais et le faire savoir** (ex : panonceau « We speak English », badge du personnel, Ipad avec logiciel de traduction gratuit et simple d'utilisation sur le desk...)
- 2 Penser à toutes les étapes de l'accueil en anglais** : non seulement sur place mais aussi au téléphone, sur le répondeur, sur les systèmes de réservation, par email...
- 3 Lire les commentaires clients sur des sites tels que TripAdvisor** pour mieux saisir les attentes des Britanniques
- 4 Donner un maximum d'informations**, sur place et avant le séjour, pour faciliter la découverte et l'accès à l'offre (livret d'accueil en anglais, e-brochure en anglais...)
- 5 Offrir les éléments de confort particulièrement prisés des Britanniques** (bouilloire et thé dans la chambre, WiFi...)
- 6 Se former à l'accueil de la clientèle anglaise** (des formations spécialisées sont organisées par les CCI) et sensibiliser le reste de l'équipe





- Introduction
- Les attentes de la clientèle britannique
- **Le profil-type des hébergeurs performants**
- Les bonnes pratiques selon les opérateurs / tour-opérateurs
- Les bonnes pratiques des hébergeurs
- Conclusion



Le profil type des hébergeurs les plus performants

- Les hébergements sélectionnés font partie d'une liste identifiée par le comité de pilotage, les partenaires du contrat de destination et les professionnels que nous avons interrogés.
- 62 % de ces hébergements proposent un restaurant, 46 % possèdent un bar et 19 % un Spa. Parmi les autres services proposés par ces hébergements, voici les plus courants :
 1. la piscine (couverte, chauffée...)
 2. les activités sportives (terrain de sport : tennis, golf...) et la location de vélos
 3. le parking et les salles de séminaires
 4. les aires de jeux pour les enfants et les espaces bien-être (sauna, hammam, jacuzzi, soin esthétique)
- Globalement, les hébergements identifiés comme performants auprès de la clientèle britannique bénéficient d'une bonne visibilité sur Internet et disposent de nombreux outils de promotion / commercialisation, que ce soit au-travers d'une enseigne, d'un groupe ou réseau, ou que ce soit en ligne, sur les réseaux sociaux ou via des outils plus traditionnels (guide papier, articles presse, etc.).
- Ils affichent également de bonnes notes sur les sites d'avis en ligne : 4,2 / 5 pour le site Booking et 8,5 / 10 sur Trip Advisor.
- Même pour ces hébergeurs, il reste encore des marges de progression en matière d'animation digitale et de couverture presse.





Le profil type des hébergeurs les plus performants

Types de structures	
Hôtel	63 %
Camping	30 %
Camping + hôtel	1 %
Autres	6 %

Classement	
0-1 *	-
2 *	3 %
3 *	28 %
4 *	32 %
5 *	18 %
NC	18 %
Autre	1 %

Démarche Qualité	
Qualité Tourisme	32 %
Camping qualité	16 %
Label Normandie qualité tourisme	5 %
Hotel Cert	1 %

Développement durable	
Clef Verte	11 %
Ecolabel Européen	8 %
Accueil vélo	13 %
Tables et auberges de France	4 %
Autres	5 %

- A noter que ces hébergements sont relativement actifs en termes de qualité et labellisation. 37 % sont engagés dans Qualité Tourisme ou Normandie Qualité Tourisme. 6 % d'entre eux possèdent le Label Tourisme et handicap.





Le profil type des hébergeurs les plus performants

Leur site Internet

- 99 % des hébergeurs ont un site Internet.
- Les sites Internet des hébergements sélectionnés sont jugés qualitatifs, ergonomiques et vendeurs.
- **62 % des hébergeurs sélectionnés apparaissent avant les sites des OTAs** (agences de voyage en ligne), prouvant que leur site Internet est bien référencé sur le web.
- 91 % ont un site Internet traduit en anglais.
- 76 % des sites étudiés proposent la possibilité d'une réservation en direct sur leur site Internet.

▪ Il semble que les hébergeurs les plus performants sont ceux :

- qui proposent un site web ergonomique et attractif, avec service de réservation en ligne, en langue anglaise,
- qui veillent à la qualité de la traduction,
- qui optimisent leur référencement, en intégrant les mots-clés recherchés par les touristes étrangers (plusieurs mots clés qualifiés, pertinents et concurrentiels dans plusieurs langues).





Le profil type des hébergeurs les plus performants

Réseaux sociaux

- 73 % des hébergements de l'échantillon ont une page dédiée sur Facebook. Près de 45 % des pages Facebook des hébergeurs recensent entre 100 à 500 fans.
- On observe que seulement 15 % des pages Facebook de nos hébergeurs sont traduites en anglais. Près d'un tiers d'entre eux affichent moins de 10 posts sur les 6 derniers mois.
- Mais 71 % des établissements disposent d'une (ou plusieurs) vidéo(s) sur Youtube.

Médias / Presse

- Près de 77 % de notre échantillon ne bénéficie d'aucun article publié sur le web.

Guides/ Distribution en ligne

- Pour les campings :
 - 87 % des campings jugés performants sur le marché britannique sont référencés par le guide Alan Rogers.
 - 35 % des campings sélectionnés sont présents sur The Caravan Club et 94 % sur le site Internet Alan Rogers.
- Pour les hôtels :
 - 76 % des hôtels de l'échantillon sélectionné sont présents sur Booking. 90 % sont présents sur My Travel.
 - 77 % des hôtels sont présents sur le Lonely Planet et 60 % sont référencés par le guide Michelin papier ou web.
 - 23 % des hôtels de notre échantillon sont référencés par Brittany Ferries.





Le profil type des hébergeurs les plus performants

Site Internet	
Oui	99 %
Non	1 %

Niveau d'ergonomie	
très satisfaisant	40 %
satisfaisant	28 %
moyennement satisfaisant	20 %
peu satisfaisant	9 %
pas du tout satisfaisant	3 %

Niveau d'attractivité	
très satisfaisant	33 %
satisfaisant	24 %
moyennement satisfaisant	23 %
peu satisfaisant	15 %
pas du tout satisfaisant	5 %

Traduction en anglais	
Oui	91 %
Non	9 %

Qualité de la traduction en anglais	
très satisfaisant	68 %
satisfaisant	24 %
moyennement satisfaisant	1 %
peu satisfaisant	6 %
pas du tout satisfaisant	1 %

Niveau de référencement naturel	
P1 - 1 ^{er} résultat	58 %
P1 - 2 ^{ème} résultat	20 %
P1 - 3 ^{ème} résultat	7 %
P1 - 4 ^{ème} résultat	7 %
P1 - 5 ^{ème} résultat	3 %
P1 - 6 ^{ème} résultat	1 %
P1 - 7 ^{ème} résultat	0 %
P1 - 8 ^{ème} résultat	1 %
P1 - 9 ^{ème} résultat et +	3 %

Note : recherche établie à partir du nom et de la ville de l'hébergement

Nombre de pages de réponses pertinentes	
1 page	3 %
1 page 1/2	1 %
2 pages	2 %
2 pages 1/2	1 %
3 pages	4 %
3 pages 1/2	0 %
4 pages	1 %
4 pages 1/2	5 %
5 pages et +	83 %

Note : recherche établie à partir du nom et de la ville de l'hébergement



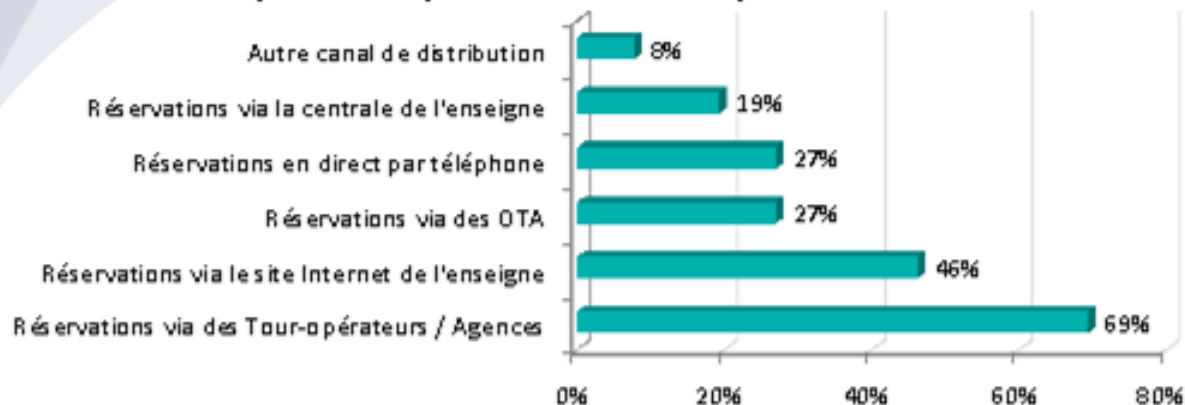


- Introduction
- Les attentes de la clientèle britannique
- Le profil-type des hébergeurs performants
- **Les bonnes pratiques selon les opérateurs / tour-opérateurs**
- Les bonnes pratiques des hébergeurs
- Conclusion



Les bonnes pratiques selon les opérateurs / tour-opérateurs

Canaux de distribution les plus utilisés par les clients britanniques



Lire : 69 % des personnes répondantes considèrent que les Britanniques réservent majoritairement via les agences / Tour-opérateurs

Note : Plusieurs réponses possibles – le total ne doit être différent de 100 %

- Du côté des Tour-opérateurs, le guide papier et le téléphone restent encore le mode de réservations favori.
- Le mode de réservations peut changer en fonction des périodes et des modes d'hébergement.
- Dans l'hôtellerie de plein air, on reconnaît le rôle historique des Tour-opérateurs dans le développement de la clientèle britannique en France. Ces derniers continuent à avoir un rôle de premier plan dans les réservations de campings par les Britanniques.



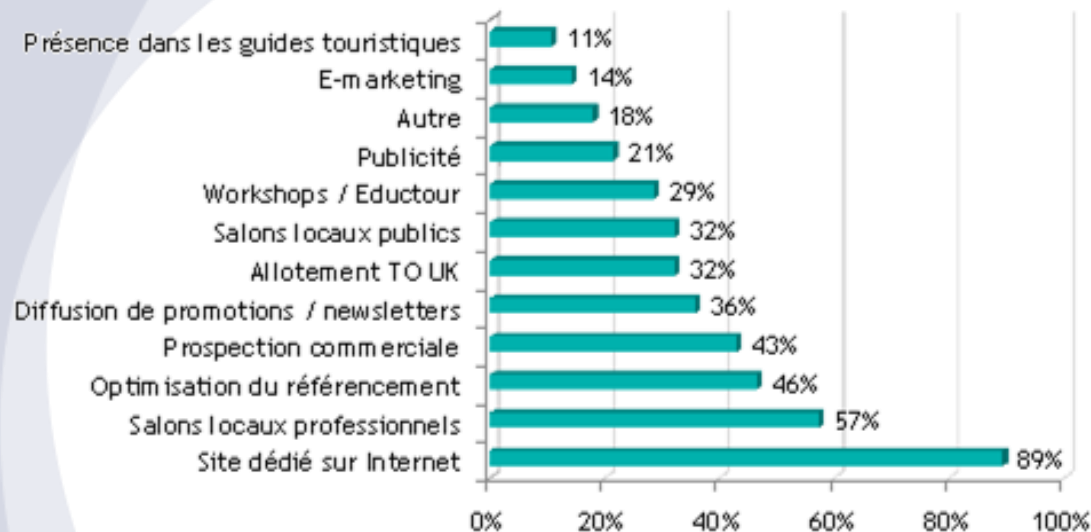
69 % des personnes répondantes considèrent que les Britanniques réservent majoritairement via les agences / Tour-opérateurs.





Les bonnes pratiques selon les opérateurs / tour-opérateurs

Les moyens commerciaux les plus utilisés auprès de la cible britannique



Ligne : 89 % des personnes répondantes utilisent un site Internet totalement dédié à la clientèle britannique

Note : Plusieurs réponses possibles – le total peut être différent de 100 %

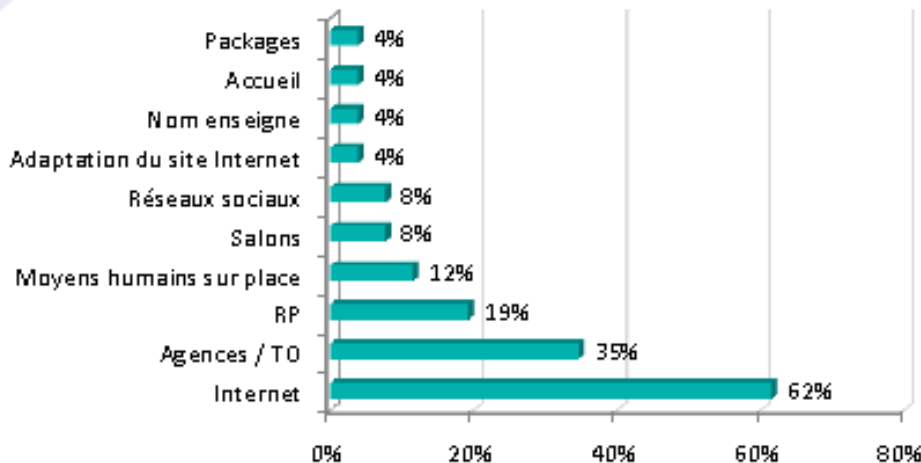
- Seuls 61 % des opérateurs interrogés disposent d'un Community Manager afin de gérer la création / animation de pages sur les réseaux sociaux.
- Parmi les moyens commerciaux auxquels ont recours les opérateurs et tour-opérateurs, les plus cités sont : le site dédié sur Internet, les salons locaux professionnels et l'optimisation du référencement sur Internet. La majeure partie des actions commerciales sont aujourd'hui tournées vers Internet pour le BtoC et vers des actions BtoB plus directes.
- Seuls 17 % des interlocuteurs ont une agence de relations presse sur place. 33 % seulement font de la publicité dans les médias UK.





Les bonnes pratiques selon les opérateurs / tour-opérateurs

Moyens commerciaux jugés les plus efficaces



Ligne : 62 % des personnes répondantes considèrent qu'Internet figure parmi les moyens commerciaux les plus efficaces

Note : Placée vers réponses possibles – le total ne doit pas être différent de 100 %

- Internet reste le moyen commercial jugé le plus efficace par 62 % des opérateurs.
- Les relations presse sont considérées comme importantes par 19 % des interlocuteurs.
- Les salons locaux sont plébiscités seulement par 8 % des opérateurs / tour-opérateurs.



35 % des répondants ont jugé que les relations directes avec les agences / Tour-opérateurs sont les plus efficaces pour prospecter ce marché, contre 62 % qui plébiscitent Internet.





- Introduction
- Les attentes de la clientèle britannique
- Le profil-type des hébergeurs performants
- Les bonnes pratiques selon les opérateurs / tour-opérateurs
- **Les bonnes pratiques des hébergeurs**
- Conclusion



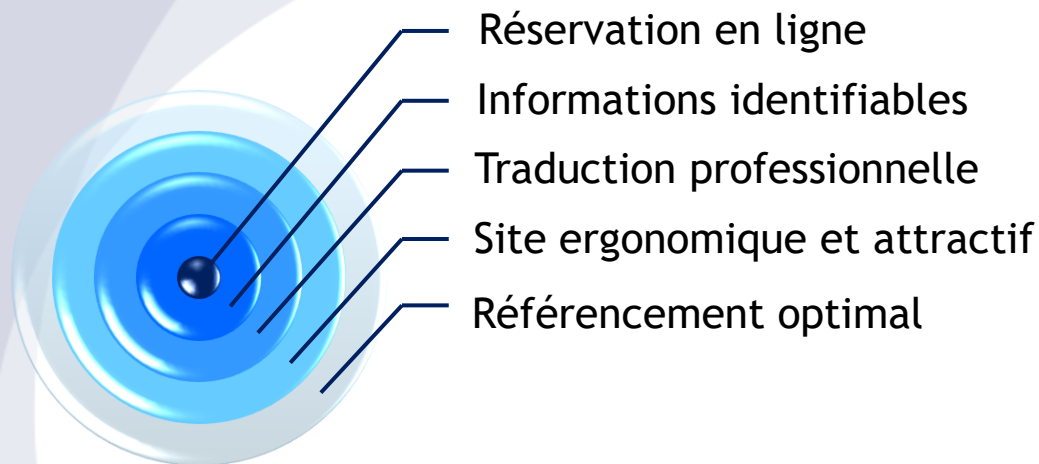
Soigner son site Internet, le premier moyen de les faire venir

- **Avoir un site web ergonomique et attractif, avec service de réservation en ligne*, en langue anglaise.**
 - 2 Britanniques sur 3 ont fait une recherche sur Internet pour organiser leur séjour en France (contre 1 sur 2 toutes destinations confondues - source : GMI / Mintel).
 - 3 sur 5 réservent la totalité du séjour sur internet (source : GMI / Mintel).
 - **Veiller à la qualité de la traduction :**
 - Un internaute britannique laisse peu de chance à un site internet mal traduit (ou pas traduit), ou émaillé de fautes de frappe ou d'orthographe
 - **Optimiser le référencement,** en intégrant les mots-clés recherchés par les touristes étrangers.
-
- **Sur 100 hébergeurs jugés performants auprès de la clientèle britannique (part de nuitées britanniques supérieure à la région) :**
 - ✓ 91 % ont des sites Internet traduits en anglais
 - ✓ 58 % des sites figurent en première ligne des résultats Google sur une recherche classique nom + ville de l'hébergement, après les onglets d'annonces des OTAs (agences de voyage en ligne)
 - ✓ 89 % affichent une bonne visibilité sur la toile, avec à minima 4 pages de réponses pertinentes sur Google, affichant du contenu sur l'établissement
 - ✓ 76 % des sites étudiés proposent la possibilité d'une réservation en direct sur leur site Internet





Soigner son site Internet, le premier moyen de les faire venir



Quelques astuces pour son site Internet

- 1 Faire traduire** votre site Internet par un professionnel
 - éviter les traductions partielles, bannir le mot à mot, les traductions automatiques ou bricolées
 - adapter le format et le contenu du site à la clientèle visée
 - Préférer la mise en ligne d'une page unique
- 2 Optimiser le référencement en anglais**
(penser à traduire les mots-clés ainsi que les titres des photos)
- 3 S'adresser à une web-agence anglaise**
- 4** Dans la mesure du possible, proposer la conversion des tarifs, voire le paiement en Livres Sterling.
- 5** Editer une **e-brochure en anglais** présentant toutes les informations touristiques
- 6 Créer et animer un blog**





Exemple : l'Auberge de la Source



VISIT OUR OTHER HOTEL

MAKE A RESERVATION

ROOMS + OFFERS GALLERY MAP RESTAURANT SEMINARS + THE HOTEL CONTACT

< >

"CHARME" SUPERIOR ROOM 2 people 1 double bed

ROOM DETAILS



BOOK NOW

"CHARME" SUPERIOR ROOM

"These more spacious 'Charme' Superior Rooms are available in the main building. Their decor uses natural materials -- bare wooden beams, an oak wood floor, and linen fabrics. Some have romantic eaves and an open-plan or semi-open-plan bathroom with shower. Most have a stunning view over the trout and sturgeon ponds."

25 m2

Non-smoking room

Flat-screen television

Free wireless Internet access

Direct line telephone

Open-plan bathroom with spacious shower

Separate WC



Se connecter
Mot de passe oublié ?
Créer mon compte

Mes coffrets cadeaux
0 Coffret
Valider ma commande

ACCUEIL NOS COFFRETS CADEAUX F.A.Q.

Aujourd'hui, dimanche 8 novembre pensez à fêter s. Geoffroy et demain s. Théodore

Chercher une fête

A-A-A

Coups de coeur



100.00€
Coffret Cadeau pour 1 personne

Nouveau !
> Commander
> Plus d'infos



299.00€
Coffret Cadeau pour 2 personnes

Nouveau !
> Commander
> Plus d'infos

Découverte en Normandie - 2 nuits



610.00€
Coffret Cadeau pour 2 personnes

Nouveau !
> Commander
> Plus d'infos



145.00€
Coffret Cadeau pour 2 personnes

Nouveau !
> Commander
> Plus d'infos

Retour du Marché



135.00€
Coffret Cadeau pour 2 personnes

Nouveau !
> Commander
> Plus d'infos



85.00€
Coffret Cadeau pour 1 personne

Nouveau !
> Commander
> Plus d'infos

Notre établissement en quelques lignes...



Bienvenue à l'Auberge de la Source
En lisière de forêt, découvrez une ferme à colombages et une maison en briques rouges encadrant un ravissant jardin fleuri agrémenté de bassins à truites et à esturgeons : le cadre de cette petite auberge compose un tableau bucolique à souhait.

www.auberge-de-la-source.fr



Situation
Voir la Carte

Les coffrets cadeaux vendus sur ce site sont officiels et au meilleur prix.
Contact | Conditions Générales de Vente | Ajouter ce site à vos favoris | Envoyer à un ami | Coffret cadeau
Rétractation | Découvrez notre deuxième maison : La Ferme Saint Siméon

Tweeter Partager 275 G+1

25



Exemple : l'Auberge de la Source

AUBERGE DE LA SOURCE
HÔTEL DE CHARME - RESTAURANT

VISIT OUR OTHER HOTEL MAKE A RESERVATION

ROOMS + OFFERS GALLERY MAP RESTAURANT SEMINARS + THE HOTEL CONTACT

PRESS

View PDF View PDF View PDF View PDF View PDF View PDF View PDF View PDF View PDF View PDF View PDF View PDF

AUBERGE DE LA SOURCE - HÔTEL DE CHARME
Chemin du Moulin
14600 Barneville-la-Bertran - France
+33 2 31 86 25 02
contact@auberge-de-la-source.fr

Press & Media
Share this site
Change language

CHÂTEAUX & HÔTELS COLLECTION
HÔTELS & PRÉFÉRENCE
TRAVELERS' CHOICE 2015

Visit our other hotel

AUBERGE DE LA SOURCE
HÔTEL DE CHARME - RESTAURANT

VISIT OUR OTHER HOTEL MAKE A RESERVATION

ROOMS + OFFERS GALLERY MAP RESTAURANT SEMINARS + THE HOTEL CONTACT

THE EXPERIENCE

Location
Our 18th century auberge of 15 rooms is located in a charming Normandy village in a verdant valley. Enjoy walks in the Bois du Breuil, our local woods, or take horse rides along the paths that follow the estuary of the Seine River.
[READ MORE](#)

Massage
Inspired by the fruit and dairy produce of this farming region, we have created two ranges of massages using apple- and milk-based products that nourish the skin. Choose from facials, body scrubs or full-body massages in either range.
[DOWNLOAD](#)

Breakfast
A delicious, copious buffet breakfast is served from 8.30 am daily in our restaurant. In summer you can enjoy this special moment under the apple trees in the gardens, and in winter you can breakfast by the fireplace.

Services
Restaurant, Buffet breakfast in restaurant or in room, Outdoor terrace, Garden, Free parking, Free Wi-Fi, Reception 8 am to 11 pm daily, Reservations and tourist information, Laundry service, Meeting room, Fax/photocopier, Massage treatments by reservation, Bicycles, Horse riding, Golf course nearby, Baby cots on request, Pets admitted on request.

Garden
Flowers, apple trees, shrubs and greenery are beautifully arranged in our country garden, where you can take breakfast in summer at one of the tables provided, or simply enjoy the quiet atmosphere. We also have fish ponds stocked with trout and sturgeon, bordered by a luxuriant weeping willow and other plants, creating a place of pure calm where you can relax and commune with nature.



Exemple : le Château de Noirieux à Briollay

CHÂTEAU DE NOIRIEUX

VAL DE LOIRE

[HOTEL & ROOMS](#) [RESTAURANTS](#) [SEMINARS](#) [RELAXATION & LEISURE](#) [PRICES & BOOKINGS](#) [ACCESS](#) [PRESS](#) [PHOTOS](#)

4-star comfort hotel near **Angers**

[Room "At the Château"](#) [Room "At the Manor House"](#) [For children](#) [Amenities and services](#) [Breakfast](#)

A 4-star hotel in the vicinity of Angers, the Château de Noirieux is the ideal place to begin a well-being cure. All of our rooms accommodate 1 or 2 people.

Our Cosy Mansard-roofed rooms:
They are situated on the second floor of our Chateau. The facilities in our rooms offer you cosy accommodation. To help you unwind, the bathroom comes with a body jet shower.
(Bed 140x200)



Room from € 175 [Book](#)

Our Characterful Mansard-roofed room:
Situated on the second floor of our Chateau, in the "Directoire" style, it has two beds and offers a magnificent view over the Loir Valley and the lower valleys of Anjou.
(2 beds 110x200)



CHÂTEAU DE NOIRIEUX

VAL DE LOIRE

[HOTEL & ROOMS](#) [RESTAURANTS](#) [SEMINARS](#) [RELAXATION & LEISURE](#) [PRICES & BOOKINGS](#) [ACCESS](#) [PRESS](#) [PHOTOS](#)

4-star comfort hotel near **Angers**

[Room "At the Château"](#) [Room "At the Manor House"](#) [For children](#) [Amenities and services](#) [Breakfast](#)

Children are always welcome



The Château de Noirieux reserves a special welcome for your children. In order that our youngsters can fully enjoy their stay, we offer some delightful extras just for them. Thus, at the restaurant, they can enjoy:

- The Baby menu
- The "Little Gourmet" menu (up to 12 years old)
- A wide choice of fruit juices and nectars
- A colouring book is put at their disposal
- Desserts are personalised for children's birthdays and a small gift souvenir awaits them

In the rooms, they will find:

- Their cosy little bed
- Small bath robes
- A welcome gift for children
- The Baby Phone (on request)
- Babysitting service (please book beforehand)

The Grounds and the Swimming Pool:

- The maze garden for a game of hide and seek
- The swimming pool and Jacuzzi with the parents
- The banks of the Loir for walks to explore nature and discover flowers, trees and wildlife



Exemple : le Château de Noirieux à Briollay

CHÂTEAU DE NOIRIEUX
VAL DE LOIRE

HOTEL & ROOMS RESTAURANTS SEMINARS RELAXATION & LEISURE PRICES & BOOKINGS ACCESS **PRESS** PHOTOS

the banks of the Loir and the Valleys of Lower Anjou The Loire Valley, UNESCO World Heritage

Services **Press review** Photo library Awards and testimonials

Guide Michelin® 2014:

Château de Noirieux

«The sweetness of life in the Anjou is no myth... Beneath the foliage of the estate, with the Loir in the distance glimpsed between curtains of trees, it exudes peace and quiet. And in the rooms – superb in the 17th-c. chateau as well as in the 15th-c. manor house – we are prompted to recite Ronsard's: My sweet, let us go and see if the rose...»

Château de Noirieux (Gérard Côme) 1 star

«In an eminently traditional setting, with a view overlooking the Anjou countryside... Pleasures as always in step with the seasons and the best locally grown produce: the chef, Gérard Côme, sets his name to a very accomplished, subtle cuisine, sustained by tradition but in no way staid!»

- Spider crab lasagne with truffle in a crayfish soup. Milk-fed sweetbread grilled on the plancha, lobster and lemon vinaigrette. Cointreau soufflé, skewered strawberries, roast pineapple and citrus sorbet.

Certificate of Excellence 2014 WINNER

TripAdvisor 2014:

TripAdvisor is pleased to award the Chateau de Noirieux the Certificate of Excellence 2014. This prestigious award rewards establishments that regularly receive excellent scores from TripAdvisor travellers.

Guide Gault & Millau® 2014:

Château de Noirieux 3 chef's hats

«The site is not lacking in allure: a superb architectural ensemble, comprising a 17th-century chateau, a 15th-century manor house with elegant half timbering and a 16th-century chapel, all overlooking the verdant Loir Valley. So we'll leave our Bermuda shorts and pareos in the dressing room before taking our places at table in the chateau. Also elegant, classical but never showy, Gérard Côme's cuisine bears the mark of the Relais & Châteaux: fresh goose foie gras from Périgord in red fruit jelly and truffled...

CHÂTEAU DE NOIRIEUX
VAL DE LOIRE

HOTEL & ROOMS RESTAURANTS SEMINARS **RELAXATION & LEISURE** PRICES & BOOKINGS ACCESS PRESS PHOTOS

the banks of the Loir and the Valleys of Lower Anjou The Loire Valley, UNESCO World Heritage

Relax Golf The Loire Chateaux Activities & Events **Anjou Vineyards** Favourites

Anjou and Loire Valley vineyards

Planted on 20,000 hectares, 32 appellations mark the landscapes and identity of the Anjou vineyard. The third largest wine-producing region in France, it offers a considerable diversity of wines: whites, dry or sweet, dry or soft rosés, full flavoured reds and sparkling wines.

A multitude of cellar visits is available to you (appointments recommended):

Consult the map of the Anjou vineyards

- Château d'Épiré – Place de l'Ancienne Eglise 49170 Savennières (Épiré)
Tel: +33 2 41 77 15 01
- Domaine du Closel – Château des Vaults, 1 Place du Mail 49170 Savennières
Tel: +33 2 41 72 81 00
- Clos de la Coulée de Serrant – Mr Nicolas JOLY 49170 Savennières
www.coulee-de-serrant.com
Tel: +33 2 41 72 22 32

A.O.C COTEAUX DE L'AUBANCE / ANJOU VILLAGE:

- Domaine des Rochelles – Mr Jean-Yves LEBRETON 49920 Saint-Jean-des-Mauvrets
Tel: +33 2 41 91 92 07
- Domaine de Babilut – Mr DAVIAU 49320 Brissac
Tel: +33 2 41 91 22 59

A.O.C COTEAUX DU LAYON:

- Domaine de la Petite Croix – Mr DENECHERE-GEFFARD 49380 Thouarcé
Tel: +33 2 41 54 06 99



Soigner sa e-réputation pour donner confiance

- **Maîtriser son image**

- 72 % des internautes ont lu des avis clients, 64 % en tiennent compte.

- **Réagir aux critiques, en anglais**

- Répondre aux commentaires, et plus particulièrement à ceux susceptibles de nuire à l'image de votre établissement.
- Conserver un ton calme, choisir les mots justes (ne pas empirer la situation pour rassurer vos clients potentiels).

- Veiller à améliorer /corriger les points faisant l'objet de mauvais commentaires récurrents.

- **Favoriser la confiance en valorisant la satisfaction client et leurs avis**

- Ajouter un widget ou insérer sur votre site les avis TripAdvisor et/ou Booking.com (sans les trier)...

« Internet et TripAdvisor sont les moyens commerciaux les plus efficaces. Les longs commentaires positifs attirent les nouveaux clients de manière très sensible. » Camping 5, Calvados*





Exemple : l'Anse du Brick à Maupertuis sur Mer

L'Anse du Brick - Famille Patrizi - 50330 Maupertuis/mer

L'Anse du Brick Camping **LES CASTELS** Hôtellerie de Plain Air **5 ÉTOILES** ET UNE ÂME

Reviews | Leisure | Accommodation | Prices | Reservation | Tourism | Contact

Latest reviews posted
Your opinion at Zoover
Your opinion at Tripadvisor
Satisfaction survey

Each comment will be analyzed and integrated with our plan of improvements.

0 - Enquête 2015
Recommendation Rate = 98% - [Certified Customer Reviews 2014](#)
Note review Tripadvisor = 4,5 on 5 - [Certificate of Excellence 2015](#)
Note review Zoover = 8,9 on 10 - [Zoover award 2015](#)

What you really appreciated during your stay :

8.7 Note globale (1684 votes)

94.2% des clients recommandent : **L'Anse du Brick**

10

The campsite is well equipped for children of all ages. It is ideally located within a short drive of the ferry port. The pool area and camping plots are spotless. It has everything you should need at... [\[suite\]](#)

Paul D.
2015-09-22

9

Clean, tidy, excellent sanitary facilities. Good location on the coast. Staff helpful and friendly, especially the hard working ladies in the pizzeria.

Jackie H.
2015-09-20

Possibilité de déposer un commentaire

Possibilité de changer de langue depuis chaque page

Note moyenne fournie

Taux de recommandation

Commentaires clients



Améliorer sa stratégie sur les réseaux sociaux

- Les réseaux sociaux peuvent **aider à fidéliser** sa clientèle, notamment britannique, qui est très connectée.
- **Mais**, il faut noter qu'une stratégie numérique :
 - ne constitue pas un outils de vente
 - Et demande une forte implication et du temps.
- **Elle n'en est pas moins efficace** pour diffuser de l'information sur son établissement et accroître sa visibilité.

Stratégie n ° 1 (implication minimale)	Stratégie n ° 2 (implication forte)
• Créer une page facebook et poster des informations / photos sur l'établissement • Entretenir un réseau d'amis-clients / fidéliser sa clientèle • Inciter les clients à poster des commentaires et photos (y compris en anglais) • Mettre en ligne des vidéos sur Youtube (légende en français et en anglais)!!	• Recruter un Community Manager • Publier des posts bilingues • Animer ses pages de manière régulière (hebdomadaire min) • Utiliser tous les réseaux y compris Twitter ou Pinterest • Evaluer le retour sur investissement en termes de visibilité, trafic sur le site web, notoriété et ventes





Améliorer sa stratégie sur les réseaux sociaux

Quelques astuces pour animer régulièrement ses réseaux sociaux

- 1 **Adapter votre stratégie** réseaux sociaux aux objectifs visés et aux moyens à votre disposition : quels messages souhaitez-vous faire passer ? Combien de temps avez-vous à y consacrer ?
- 2 **Diffuser des contenus exclusifs** : accès aux coulisses, exemples de réalisation, promotions
- 3 **Miser sur des posts simples** : images, vidéos...
Tout texte doit également être proposé en anglais
- 4 **Encourager les fans de toutes nationalités à partager leurs avis et photos**
- 5 **Annoncer les évènements** et assurer le suivi (ex annoncer un festival, puis poster les images...)
- 6 **Encourager les blogueurs et influenceurs** à écrire sur votre établissement
- 7 **Solliciter l'avis de vos clients**, via des sondages, des tests en temps réel pour connaître leurs préférences
- 8 Organiser des concours
- 9 **Faire de la veille concurrentielle** pour identifier et s'inspirer des bonnes pratiques
- 10 **Etre réactif** en répondant rapidement aux questions posées

- 61 % des opérateurs interrogés disposent d'un Community Manager afin de gérer la création / animation de pages sur les réseaux sociaux.
- 73 % des hébergements de l'échantillon ont une page Facebook. Le nombre moyen de fans par page d'hébergeur est de 500. Près de 45 % des pages Facebook recensent entre 100 à 500 fans. On observe néanmoins que seulement 15 % des pages Facebook de nos hébergeurs sont traduites en anglais.
- A noter que 71 % des établissements disposent d'une (ou plusieurs) vidéo(s) sur Youtube.





Leur proposer la bonne offre au bon moment et par le bon canal de distribution

Comment bien packager son offre ?

- 1 Proposer des produits adaptés aux attentes des britanniques.**
 - L'accès internet (wifi) et le petit déjeuner sont des services de base pour les Britanniques. La demi-pension (dîner + petit-déjeuner) constitue le package le plus recherché.
- 2 Veiller au rapport qualité / prix,** déterminant pour les Britanniques dans le choix d'un hébergement, surtout lors de short breaks (ne pas négliger la concurrence et l'impact des vols low cost, ni l'évolution du taux de change £/€).
- 3 Multiplier les canaux de distribution** pour mieux vendre et valoriser ses produits : réservation en ligne, ventes flash, forfaits, coffrets ou packages dynamiques à la carte répondent mieux aux attentes des **clients** et peuvent contrebalancer l'offre chambre sèche diffusée via les OTAs.
- 4 Proposer des packages exclusifs** (compétitifs ou que votre client ne pourrait construire seul).
Les packages peuvent également être adaptés à une thématique, une cible et au mode de distribution (site Internet, newsletters, incentive des agences de voyages...)





Exemple : Best Western Villa Saint-Antoine à Clisson



8 rue Saint Antoine - 44190 Clisson - France
Tél : 02 40 85 46 46 / Fax : 02 40 85 46 47
contact@hotel-villa-saint-antoine.com



Exclusive Offers

Offers Seminars

Ideas weekends

Last Minut Promotion

[Home](#) [Hotel](#) [Rooms](#) [Restaurant](#) [Seminars](#) [Groups](#) [Activities](#) [Family Events](#)

PROMOTION

Dolce Vita Weekend : Find you both again, for a charm weekend !!

Package 2 days / 1 night : 79 € / person for Low Season (or 89 € for High Season).

For your wedding trip, your honeymoon, a weekend with your beloved one for the Valentine's day or for your pleasure, live romantic's hours in the heart of the historic city with its "Italy Perfume". In an exceptional place on the Sèvre's banks, in front of the medieval castle of Clisson, stroll in alleys in this charming area and beautiful landscapes and flavours of the vineyard for a weekend.



Events

Contact

Information

Rates

Gift Certificates



Your loyalty rewarded with Best Western Rewards

Program

Opt for the mildness of life....

1 night in double charm's room

Welcoming room : 1/2 bottle of champagne and appetizer dishes

Visit of Clisson : Discover Clisson with a visit of its beautiful castle and take advantage of a touristic guide at your disposal « Mobil'iti » on an I-phone, it will offer you 2 hours of a fun and innovative stroll in a charming landscape !

Wellness area access with its steam room / Turkish bath, sauna (on booking)

Heated outdoor swimming pool access

1 Dinner for 2 persons in our restaurant with the menu "starter, main course, dessert" (Drinks not included)

2 Breakfast served in our restaurant



8 rue Saint Antoine - 44190 Clisson - France
Tél : 02 40 85 46 46 / Fax : 02 40 85 46 47
contact@hotel-villa-saint-antoine.com



Exclusive Offers

Offers Seminars

Ideas weekends

Last Minut Promotion

[Home](#) [Hotel](#) [Rooms](#) [Restaurant](#) [Seminars](#) [Groups](#) [Activities](#) [Family Events](#)

PROMOTION

Bambino Weekend : Sport or culture, relaxation and positive greediness !

Package 2 days / 1 night : 250 € instead of 302 € for 2 adults + 2 children under 12 years.

For a weekend, enjoy an exceptional place which will delight all your family. Sports activities like canoe, cycle, or cultural moments in the heart of the historic city and relaxing break time at the heated outdoor swimming pool or in the Spa..... Take the chance to satisfy children and adults.



Events

Contact

Information

Rates

Gift Certificates



Your loyalty rewarded with Best Western Rewards

Program :

Choose your stay and do personalized things

Rent a cycle for a Half-day : Discover the vineyard Nantais by cycle.

Visit of Clisson : Two hours of a fun and innovate stroll for persons who like art and history. In the heart of an historic city, you will be able to discover Clisson with its guided visit of its beautiful castle and/or take advantage of a touristic guide at your disposal : « Mobil'iti » on I-phone.

Free access at our wellness area with steam room / Turkish bath, sauna (on booking). Possibility to organize a baby-sitting for your children during your relaxation session

1 dinner for 2 adults and 2 children in our restaurant :

- 2 adults menu with "starter, main course and dessert" (drinks not included)
- 2 children menu with "main course, and dessert" (drinks not included)

1 night in a family's room with 2 adjoining rooms.

4 breakfasts served in our restaurant.



Autres exemples

Hotels & Spa le Grand Cerf - la Licorne

[ACCUEIL](#)[NOS COFFRETS CADEAUX](#)[F.A.Q.](#)

[> Hotel de la Licorne](#)[> Hotel du Grand Cerf](#)[> Spa NUXE](#)[> Gastronomie](#)

[Coups de coeur](#)

Trier par Nouveautés

LA SAINT SYLVESTRE 2015



Exclusif à la Licorne Royale
Réservation au 0232482424
Coffret Uniquement
VALABLE LE SOIR DU 31
DECEMBRE 2015
Réveillon de la Saint
Sylvestre

400.00€
-2% de remise
390.00€
Coffret Cadeau pour 2 personnes

[Promotion !](#)
[> Nouveau !](#)
[> Commander](#)
[> Plus d'infos](#)

A la Recherche du Bonheur Spa Nuxe



Laissez vous tenter par le
Spa Nuxe de Lyons la Forêt,
situé dans la plus grande
forêt d'Europe.

80.00€
Coffret Cadeau pour 1 personne

[> Commander](#)
[> Plus d'infos](#)

Pour un moment de réconfort Spa Nuxe



L'équipe du Spa Nuxe vous
accueille toute l'année pour
vous proposer un moment
de réconfort

247.50€
Coffret Cadeau pour 1 personne

[> Nouveau !](#)
[> Commander](#)
[> Plus d'infos](#)

Journée Détente Day Spa



Que du bonheur de se
réserver une journée juste
pour soi ou à deux, une
parenthèse de pur bien-être.

86.00€
Coffret Cadeau pour 1 personne

[> Nouveau !](#)
[> Commander](#)
[> Plus d'infos](#)

CHEQUE CADEAU 100 EUROS



Faites plaisir !

100.00€
Coffret Cadeau pour 1 personne

[> Commander](#)
[> Plus d'infos](#)

CHEQUE CADEAU 50 EUROS



Faites plaisir !

50.00€
Coffret Cadeau pour 1 personne

[> Commander](#)
[> Plus d'infos](#)

1 2 suivant > dernier >

Les coffrets cadeaux vendus sur ce site sont officiels et au meilleur prix.
Contact | Conditions Générales de Vente | Ajouter ce site à vos favoris | Envoyer à un ami | Coffret cadeau
Rétractation

[Our beautiful night escape](#)[Gourmet escapade](#)[Family Formula](#)[Wellness](#)[Clos Garden](#)[A special thought!](#)

Gourmet Escapade

Echappée Gourmande

Put your taste buds with excitement ...
For 2 persons, 2 nights,



Gourmet Escapade

Includes:

Two nights in a room with atmosphere
+ 2 Terroir Menus
+ 2 Gourmet Menus
+ 4 breakfasts

Traditional room	392 € (LS) / 412 € (HS)
Superior room	432 € (LS) / 460 € (HS)
Big room	472 € (LS) / 500 € (HS)
Junior Suite	512 € (LS) / 540 € (HS)

LS = Low season HS = High season

Note: offers valid all year long according to availabilities. Reservation required.



Adapter ses outils commerciaux

- **Adapter vos outils à la clientèle britannique et les faire traduire** (site Internet, menus, livret d'accueil, plan, informations touristiques ou encore règles de vie de l'hébergement...)
- **Ne pas négliger la qualité de la traduction, des contenus et des visuels** (mis à disposition par les sites des institutionnels)
- **Proposer une e-brochure en téléchargement** sur son site

A valoriser auprès des Britanniques :

- *Les services spécifiques (journaux et chaînes TV britanniques, thé de qualité, english spoken, le paiement en £, le bar, adaptateur de prise...)*
- *La gastronomie régionale, les petits-déjeuners, le terroir ou les vins*
- *Les offres spéciales, la gratuité du parking*
- *L'environnement (paysages, patrimoine, marchés, animation, vie locale...)*
- *La sécurité, notamment des plages*





Adapter ses outils commerciaux

Pourquoi une e-brochure ?

- 1 **Donner envie** et fournir les informations nécessaires à l'organisation du séjour
- 2 **Disposer d'un outil à télécharger** en ligne et dynamiser vos supports de communication et de vente
- 3 **Plonger le client dans votre univers** : les mots, les images et la vidéo
- 4 **Mettre en valeur votre offre**, vos chambres, services, équipements...
- 5 **Valoriser la région, sa diversité et la destination dans son ensemble**
- 6 **Limiter votre empreinte écologique et faire des économies**





Exemple : La Grande Métairie à Carnac

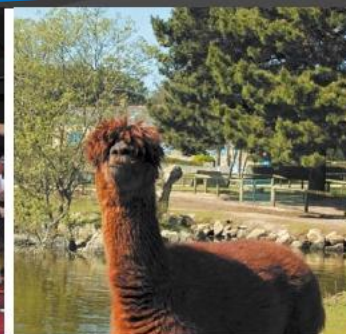
E-brochure Français / Anglais

Un message fort

Des visuels de qualité

La Grande Métairie, un camping pensé pour les enfants...

Ça sert à quoi d'être en vacances si ce n'est pas pour s'amuser ?



Mini-club (4-12 ans)

Un espace où tout est prévu pour amuser vos enfants en toute sécurité : aire de jeux spécialisée petite enfance, atelier d'coloriage, jeux, spectacles... Accompagnés par des animateurs diplômés d'état, ils pourront préparer le spectacle du jeudi soir, découvrir de nouvelles activités et se faire de nouveaux copains de vacances... (Ouvert du 12/06 au 12/09 le matin de 10h à 12h surtout la saison en juillet-août de 10h à 12h et de 15h à 17h).

L'école du Cirque

Le dimanche après-midi, vos enfants pourront découvrir leurs talents cachés : l'école du cirque est proposée gratuitement, selon le planning des animations. Jonglage, vélo sur une roue, boule infernale... les fous-rires sont au programme !

La mini ferme et le ranch

Une jument naine, un alpage, de schèvres, des canards, des poules et des lapins. Les enfants retrouvent avec plaisir les animaux de la mini-ferme. Au ranch, ils pourront choisir un poney et faire, accompagnés de leurs parents, une balade sur le domaine.

Animations spécifiques pour les ados (en juillet-août)

Un animateur proposera à vos ados un programme d'activités spécialement élaboré en fonction de leurs souhaits et les incitera à rapidement sympathiser entre eux. Tournois sportifs l'après-midi ou soirée disco encadrée par des animateurs leur seront proposés tout au long du séjour.

Encore plus d'activités à découvrir en famille

Skate-park (avec rampes, tables et accessoires), football, volleyball, basket, trampoline, jeux aquatiques, tennis de table, boccia, badminton.

Nouveau en 2014 : mini-golf et courts de tennis inclus dans votre séjour... Suivant la période et le planning des animations, vos enfants pourront tester des nouvelles activités sportives avec des animateurs.

Avec supplément : trampoline, parcours accrobranche, balade à poney, spectacle de cirque, châteaux gonflables, baby-foot, billard et jeux électroniques.

Why go on holiday if you don't have fun?

Even more activities for the whole family: a skate-park (with ramps, tables and accessories), football, volleyball, basketball, trampoline, water games, table tennis, BMX, badminton.

New for 2014: mini-golf and tennis included in your stay... Depending on the period and the entertainment schedule, children can try out new sports with our organisers.

For an extra charge: trampoline, treetop adventure trail, pony rides, circus show, bouncy castles, table football, billiards and video games.

La Grande Métairie, a campsite for kids

Kids' club (4-12 years): a place where everything is provided to entertain your kids safely: a special playground for young children, colouring workshops, games, entertainment, etc. Under the watchful eyes of our state-qualified organisers, they can prepare the Thursday night variety show, try out some different activities and make new holiday friends...

Open from 12/06 to 12/09 in the morning from 10 am to 12 noon throughout the season and in July and August from 10 am to 12 noon and then from 3 pm to 5 pm.

Circus school: on Sunday afternoons, kids can discover their hidden talents. The circus school is organised free of charge, depending on the animation program. Juggling, unicycling and the "internal balancing ball" - laughs guaranteed!

The mini-farm and ranch: miniature pony, alpacas, goats, ducks, chickens and rabbits. Children will love petting the animals in the mini-farm. At the ranch, they can choose a pony and go for a ride around the grounds, accompanied by their parents.

Teenagers (July-August): animation staff will get your teenagers to help design a special program according to their tastes and encourage them to make friends fast. Sports tournaments in the afternoon and disco evenings supervised by our organisers will be on offer throughout your stay.

Une traduction en anglais de qualité et mise en valeur



Autres exemples

VENDEE

INDIGO ★★★ NOIRMOUTIER

Open from the 10th of April to the 29th of September

12 ha 586 100

Des visuels de qualité

Un message fort

BETWEEN SEA, FORESTS, AND SALT MARSHES
Zwischen Meer, Wald und Salzgärten

On the edge of the sea, with its pine forest and the Sableaux beach,
the Noirmoutier Indigo Campsite has an outstanding, unique location on the island of Noirmoutier. This large campsite welcomes families as well as anglers and anyone who loves the sea. Its many sandy pitches are all less than 100m from the sea, which can be reached directly from the campsite. As it is a blue Indigo Campsite, there are no mobilehomes for hire, only Wood&Canvas tents, which are taken down during the winter. Most of the pitches are reserved for "traditional camping". The La Chaize forest is close by and the centre of Noirmoutier-en-rîle is only a 10 minutes cycle ride away, and you can explore the island with bikes that are available for hire at reception or by taking part in our activity programme. There also is a Snack Wagon on the campsite where you can enjoy a meal or a drink.

In einem Pinienhain am Meer,
am Strand von Sableaux. Der Indigo-Campingplatz Noirmoutier genießt eine vorzügliche Lage auf der Insel Noirmoutier. Der große Platz eignet sich nicht nur für Familien, sondern auch für Fischer und Liebhaber des Meeres. Seine vielen Standplätze liegen auf Sandboden, weniger als 100 m vom Strand entfernt, der vom Camping aus direkt erreichbar ist. Als Indigo Blau-Campingplatz gibt es keine Mobil-Home, sondern nur Holz&Bois-Zelte, die im Winter abgebaut werden. Die Mehrheit der Plätze sind dem traditionellen Campen vorbehalten. Nahe beim Wald Bois de la Chaize und 10 Min. mit dem Fahrrad vom Zentrum von Noirmoutier-en-rîle gelegen, können Sie mit an der Rezeption geliehenen Fahrrädern die Insel erkunden. Auch hängt das Animationsprogramm an der Rezeption aus. Am Platz gibt es auch einen Imbisswagen mit Verpflegung und Getränken.

ACTIVITIES / ACTIVITÄTEN :

ON SITE / ON SITE

NEARBY / IN DER NÄHE

SERVICES / DIENSTLEISTUNGEN :

ON SITE / ON SITE

NEARBY / IN DER NÄHE

Site legend / Legende p.28

Camping Indigo Noirmoutier
Rue des Sableaux - Bois de la Chaize
85530 Noirmoutier-en-rîle
Tél. : +33 (0)2 51 39 06 24
Fax : +33 (0)2 51 35 97 63
noirmoutier@camping-indigo.com

42

LE BRÉVEDENT
Famille BONY
Route du Pin
14130 Le Brévedent
Tél. +33 (0)2 31 64 72 88
Ouvert du 25/04/2015 au 12/09/2015
Emplacements : 132

Animation

Informations et réservation
Tél. +33 (0)2 23 16 45 02
brevedent@les-castels.com
www.les-castels.com/brevedent

QR code

NORMANDIE

LE BRÉVEDENT

A 12 km de Pont-L'Évêque

★★★★★

42

LE BRÉVEDENT
Famille BONY
Route du Pin
14130 Le Brévedent
Tél. +33 (0)2 31 64 72 88
Ouvert du 25/04/2015 au 12/09/2015
Emplacements : 132

Animation

Informations et réservation
Tél. +33 (0)2 23 16 45 02
brevedent@les-castels.com
www.les-castels.com/brevedent

QR code

Une traduction en anglais de qualité et mise en valeur

de camping.

Vous aimerez / You will like / De pluspunten

- ✓ Les soirées musicales
- ✓ Musical evenings
- ✓ De muziekavonden
- ✓ L'étang de pêche
- ✓ Fishing pond
- ✓ De visplas



Adopter un véritable plan média pour gagner en visibilité internationale

Attention : une stratégie médias approfondie nécessite des moyens humains et financiers importants, que tous ne peuvent se permettre. **En revanche, de nombreuses actions restent possibles, à moindre coût, permettant de renforcer son image et sa présence sur le marché Britannique parmi lesquelles...**

- 1** Etre référencé dans les guides (tour-opérateurs, agences, institutionnels, guides touristiques...)
- 2** Profiter des opportunités proposées par vos partenaires (office de tourisme, CDT, CRT, enseignes, réseaux...), comme les éductours, la participation à des salons, ou l'accueil de journalistes
- 3** Se fédérer et financer des opérations communes
- 4** Utiliser les blogs et les réseaux sociaux pour dynamiser votre communication
- 5** Disposer d'un argumentaire de qualité, adapté aux Britanniques et traduit (+dossier de presse en pdf sur son site Internet) et afficher / tenir à jour sa revue de presse
- 6** Interroger régulièrement vos clients sur « comment vous ont-ils connu » pour identifier les médias les plus visibles





Exemple : le Manoir du Moulin à Sainte-Hermine

BestCharmingBnB
Guest houses personally selected for you

Rejoignez nous sur :  

Press TV Bon cadeau Blog

Search within the website

Previous page

Où désirez vous aller ?

Rechercher



Recherche par carte

Qu'est ce que les **BEST CHARMING** ?
Les "Best Charming" sont les atouts de la maison d'hôtes visitée.

Subscribe !
Receive our latest news in your mailbox

Manoir du Moulin



1 / 5

Contact details

Manoir du Moulin
Shari et Warren Coulson Swan
06 26 97 24 12

Your hosts speak : French & English

23 Rue du Moulin, 85210 Sainte Hermine

<http://manoirdu moulin.com>

Doubles from 130 € / night (breakfast included)

Best Charming Likes

- Beautifully restored, charming manoir situated in a little town, Sainte Hermine, in Vendée, 45 km from Nantes and La Rochelle.
- The bucolic atmosphere of the 5.000 sq.m. park displaying hundred- year-old trees, a little stream, a kitchen garden, an orchard and hammocks. A haven of peace.
- Luxury and simplicity go hand in hand in these wonderful guest rooms, with a contemporary design

 **bedandbreakfast.eu**
Trouvez les meilleurs B&B dans le monde entier
1497873 chambres et appartements dans le monde entier

Publier votre B&B

Se connecter | Offres |    | C

Bed & Breakfast Europe France Sainte-Hermine Manoir du Moulin

Manoir du Moulin
23 Rue du Moulin, 85210, Sainte-Hermine (Voir la carte)
Bed and Breakfast Manoir du Moulin à Sainte-hermine est une maison de maître avec 5 chambres.

Demande de réservation

Cherchez votre DESTINATION
Sainte-Hermine

Arrivée: dd-mm-yyyy

Départ: dd-mm-yyyy

☐ Je n'ai pas encore de date spécifique

Voyageurs: 2 personnes ou plus

Chercher

Voir tous les B&B en France





Nouveau!
Pas encore de commentaires



Aucun description en Français

Situated in the heart of the Vendée region, (western coast) our manoir is surrounded by over an acre of private gardens and backs onto a small stream and parkland. We offer bed and breakfast as well as local tours and excursions.

We have four luxurious ensuite rooms and one family suite which features two rooms and an ensuite, all designed to be spacious, relaxing and comfortable environments.

Every suite is furnished with custom made furniture and the architectural features of the building have been preserved as much as possible through high ceilings, stone walls and solid wood floors. The private bathrooms include a rain shower and Cocoon bath, luxury toiletries, a hairdryer and bathrobes.

A continental breakfast consisting of homemade jams, muffins, pancakes and seasonal fruit from the garden is included and served in the conservatory every morning.

Free private parking is available and Luçon Train Station is 15km. It is a 45-minute drive from Puy du Fou, Nantes and La Rochelle

Réservez directement auprès du propriétaire du B&B, sans frais de réservation!

E-mail adresse



Exemple : le Manoir du Moulin à Sainte-Hermine



LOG INPLACES TO STAYTRAVEL GUIDESWITH KIDSNEWS & OFFERSABOUT USBLOG

Home > France > Loire Valley > Manoir du Moulin > Overview



Wisteria Suite

OverviewRoomsEatingActivitiesEssentialsKidsReviewsLocationRates

Manoir du Moulin

Between Nantes and La Rochelle, France

Intimate but grand, a blissful 5-bedroom retreat in a charmed setting for romantics of all ages and families

Drive through the gates, feel the peace, unwind... and drink a toast to your good fortune in the shade of the trees with a glass of Winston Churchill's favourite champagne. Warren and Shari have transformed this 17th-century manor house into one simple thing: a place you'll want to come back to again and again. Start the day with homemade pancakes, pastries and raspberries from the gardens; end it by the smouldering log fire. Old and new are in perfect harmony here - rustic floorboards handsomely revived, an antique cabinet bright with glasses, towels so soft you can barely feel them, a huge hammock slung between the trees.

Heaven for romantics, it's special for families, too. Your Canadian hosts, with 2 tots of their own, have thought of everything, from cots and Moses baskets to books, babysitters and fridges for baby treats. Nor are they short of ideas for trips out: the beaches of the Vendée's 'Coast of Light', the Renaissance town of Fontenay le Comte, the vineyards down the road. Stroll through the kitchen garden.

Recommended awaiting i-escape review

Highs

- Just 5 gorgeous, spacious **suites** with lots of spoiling touches and a **great price tag**
- Full of 17th-century character yet beautifully modern
- Idyllic gardens with ancient trees
- Hosts who know how to make you feel special - they will arrange anything from wine trips to holistic massage
- An easy 45-min drive from Nantes and La Rochelle airports

Lows

- You'll want a car to get here and to explore the region
- No pool, but you're near the 'Coast of Light' and its beautiful beaches

Book this hotel

from 130 EUR

Arrive Sat 07 Mar 2015

Nights 1

CHECK AVAILABILITY

i-escape gift

a gift of homemade cakes, cookies and canapés on arrival

My Favourites

Other places to stay in Loire Valley

Other places to stay in France



Local info

All about France

search & book

find somewhere special to stay...

by destination

or enter hotel, city, area

or advanced search

no idea where to go?

newsletter

for our latest news on hotel discoveries, tips and offers, sign up here

map locator

view our boutique hotels on a map

i-escape

Recommended awaiting i-escape review

i-escape gift

a gift of homemade cakes, cookies and canapés on arrival

My Favourites

Other places to stay in Loire Valley

Other places to stay in France



Local info

All about France

HOMEABOUT USCHARITYOWNERSNEWSLETTERGIFT VOUCHERSCONTACT US

Search by property name

Email0203 6031160Owners

baby friendly

BOLTHOLES

stylish escapes - perfect for pre-schoolers



HOLIDAY TYPE

DESTINATION

MAP SEARCH

10 BEST

OLDER KIDS

OFFERS

SHORTLIST

Home > France > Loire > Sainte Hermine > Click here to return to search



Manoir du Moulin - Sienna Suite Image 3

MANOIR DU MOULIN - SIENNA SUITE

Loire, France

Rates from 910.00 EUR

658.42 GBP

Per week

Best Prices Guaranteed

Add to Shortlist

CHECK RATES & AVAILABILITY

20% DISCOUNT VOUCHER AT GLTC.CO.UK with all boltholes bookings

Great Little Travel Co.

Need help? Call us on 0203 6031160. Or drop us a message to get help from a BFB expert. CONTACT US

OVERVIEW

FAST FACTS

LOCATION

REVIEWS

RATES & AVAILABILITY

Set in the heart of the Vendée and nesting in an acre of pretty gardens, yet walking distance to a well serviced village, the Manoir du Moulin is chic little retreat, that is ideal for parents hoping to re-live the romantic, boutique breaks of old but with little ones in tow.

Canadian, Shari and Warren, treated the Manoir to a complete restoration in 2011 and now combine North American

i-escape uses cookies to help you get the best out of our site. [Find out more](#) [ACCEPT](#)



Exemple : le Manoir du Moulin à Sainte-Hermine

WHERE TO STAY

B&Bs

▼ MANOIR DU MOULIN, Vendée

The moment you enter the gates of the Manoir du Moulin in the neat little village of Sainte-Hermine, just a few kilometres from the A83 *autoroute*, you know it's somewhere special. Canadian hosts Warren Coulson and Shari Swan renovated this charming manor house to a luxury standard in 2011-12 and offer a warm welcome to anyone, whether or not there are children in tow.

We booked the Rose Suite, with its grey and dusky pink decor, vintage botanical drawings of roses, and fluffy rugs and towels. The bath took pride of place in an alcove, with a separate shower room and toilet hidden behind freshly painted original doors on either side. The room was easily big enough to accommodate extra beds for our two little ones, but our bed – a huge emperor size at two metres by two metres – was more than adequate for all four of us when we cuddled up in the morning.

The Rose is one of five luxury suites, each with their own character, decorated with vintage and antique finds from *vide-grenier* sales (empty attic – a bit like a car boot), Farrow and Ball colours alongside the existing bare stone, and

wooden floorboards. With fresh dahlias and dried hydrangeas arranged in vases in the hallways, every corner is a treat for the eyes. Once the children were tucked up in bed, my husband and I came down to the little salon, where we enjoyed a half-bottle of local wine from the honesty bar, and took our pick of the many magazines and books.

Next morning, the continental breakfast was beautifully presented in the conservatory, with delicate crockery and cutlery on a console table. Had it been warmer, we would have been tempted to eat in the garden under the weeping willows, where hammocks and deckchairs are perfectly poised for those who never want to leave; which is, surely, everyone who arrives.

23 Rue du Moulin
85210 Sainte-Hermine
Tel: (Fr) 6 26 97 24 12
www.manoirdumoulin.com
Suites from €130 a night. ➔



26 Travel

France

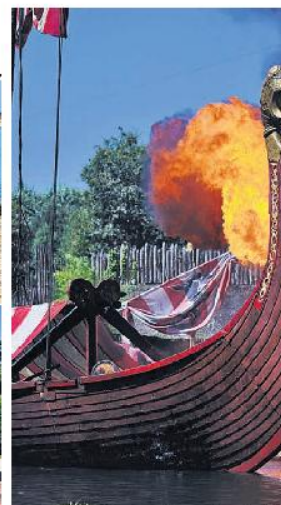


What have the vendors lost these parks? Original? Nope. Cliché? Not in the least. The Manoir du Moulin, nestled between the dunes and the sea, is a beautiful example of a theme park that has been built on the ruins of a former village. The park is a mix of old and new, with a focus on the local history and culture. The buildings are made of stone and have a rustic feel. The gardens are well-maintained and offer a peaceful escape from the busy world. The park is a great place to spend a day with family or friends. The food is delicious and the service is excellent. The park is a must-visit for anyone who loves history and nature.

The best theme park you've never heard of

The Puy du Fou theme park is one of the highlights of the Vendée, which also has great beaches, secret islands and a chic family friendly B&B, says **Jane Knight**

Evening gap in Breton luxury family-friendly B&B market. With its boutique rooms and chandeliered antique (including a view of the Vendée), the Manoir du Moulin, above the village of Sainte-Hermine, is a beautiful example of a theme park that has been built on the ruins of a former village. The park is a mix of old and new, with a focus on the local history and culture. The buildings are made of stone and have a rustic feel. The gardens are well-maintained and offer a peaceful escape from the busy world. The park is a great place to spend a day with family or friends. The food is delicious and the service is excellent. The park is a must-visit for anyone who loves history and nature.



giving way to a more modern and comfortable. The park is a mix of old and new, with a focus on the local history and culture. The buildings are made of stone and have a rustic feel. The gardens are well-maintained and offer a peaceful escape from the busy world. The park is a great place to spend a day with family or friends. The food is delicious and the service is excellent. The park is a must-visit for anyone who loves history and nature.



FASHION BEAUTY FOOD TRAVEL HEALTH & SELF INTERIORS RED WOMEN

Manoir Du Moulin Review



B&B / COUNTRY RETREAT

23 Rue du Moulin, Sainte-Hermine, 85210, FR

Red Review

If you want to get away from hectic city life, boutique B&B Manoir Du Moulin, is the perfect anecdote.

Situated in the heart of the Vendée region, Pays de la Loire, the B&B is surrounded by over an acre of beautiful private gardens and overlooking a small stream and parkland.

The building has been lovingly restored by a Canadian couple, Shari Swan and Warren Coulson who live there with their young children. All of the rooms are comfortable and spacious and stay true to their original design, with wonderful high ceilings, stone walls and solid hardwood floors, which are all prettily decorated.

They offer breakfast, sourcing delicious local food and for other meal options, you will be spoilt for choice with various Michelin star restaurants dotted throughout the landscape. It is also worth walking around the immediate area to see the local cinema and shops and speak to the friendly locals.



Qualifier et labelliser son offre pour la rendre plus visible

Améliorer le niveau qualitatif perçu par la clientèle britannique

Adhérer à un réseau

- Appui commercial
- Moyens de promotion
- Notoriété de l'enseigne (certaines ont une vraie visibilité auprès des Britanniques)
- Gage de confiance
- Standards de qualité, souvent adaptés à une clientèle internationale
- Mutualisation des actions qu'un hébergeur ne pourrait mener seul (salons, promotion de l'enseigne, sales calls, eductours, roadshows, events...)

Obtenir un label

- Adaptation aux besoins de niches de clientèle (rando, vélo, ...) par l'intermédiaires de critères
- Flux commerciaux supplémentaires : attirer de nouvelles cibles de clientèle
- Moyen de différenciation / spécialisation
- Critères de qualité
- Moyen de réassurance auprès de la clientèle
- Image positive (pour le développement durable)

Intégrer une démarche qualité

- Implémenter des standards de qualité
- Gage de confiance
- Moyen de réassurance auprès de la clientèle
- Notoriété





Exemple : l'hôtel des Ormes à Barneville-Carteret

YOUR LANGUAGE ▼

RESERVATIONS +33 (0)1 70 23 81 63

HOTELS
RELAIS DU SILENCE

180 charming hotels in Europe in the heart of nature
The promise of an escape to awaken your senses

OUR DESTINATIONS

OFFERS

PHILOSOPHY

GASTRONOMY

LOYALTY

SEMINARS

GIFT BOXES

RECEPTION

FRANCE

BAISSE NORMANDIE

TO MANCHE

BARNEVILLE-CARTERET

RELAIS DU SILENCE HÔTEL DES ORMES

RELAI DU SILENCE HÔTEL DES ORMES CHERBOURG-OCTEVILLE BARNEVILLE-CARTERET - PHOTO 1

01/13

+

Barneville-Carteret
Basse-Normandie - FRANCE
30.7km from Cherbourg-Octeville

From
€129 RATE / NIGHT
(per room)

BOOK >

Hôtel des Ormes

The hotel >

Address and contact >

Location >

Guest ratings and reviews >

Availability and prices >

Practical information >

Guest rating :

Open

HOTEL DESCRIPTION « HÔTEL DES ORMES » - BARNEVILLE-CARTERET

Facing the recreational port of Barneville-Carteret, Hôtel des Ormes is a charming destination. The lovely 19th-century residence is tucked into a garden that is rather tropical for Lower Normandy. Its interiors bear the stamp of renowned decorators like Fiamant and Blanc d'Ivoire. Pearl grey, beige, and natural materials bestow considerable elegance on the light-filled rooms.

This small, distinctive hotel comprises 12 rooms and suites, each of which is more delightful than the next, with views of the port or garden. Their decor is at once simple and refined, setting the tone for peace and quiet. They have bathroom with shower and/or bath, hairdryer, flat screen TV with French and foreign channels, safe and Wifi.

The restaurant also offers an elegant setting. Meats, fish, and seasonal products are featured on the gourmet menu of Le Rivage. The dessert course is also guaranteed to be delectable.

It would clearly be hard to dream of a better place than Hôtel des Ormes to discover the charm of Cotentin. Barneville-Carteret is a registered seaside health resort with an invigorating climate. Its beaches and dunes are ideal places to unwind. They lend themselves to land yachting, kiting, fishing and, of course, extensive walking. From the port, boats depart for other nearby Normandy towns like Granville and Cherbourg. The D-Day landing beaches and Channel Islands are also potential destinations. In the centre of the bocage, Saint-Lô is also near the hotel, with its golf, tennis, and squash facilities, as well as other sport and cultural attractions.

Destination, city, hotel, ...

EN ▼

€ ▼

+33 1 78 94 90 40

My account

HOME

HOTELS

BEST RATES

GIFT BOX

CLUB PREFERENCE

GROUPS / SEMINARS

HOTEL DES ORMES
FRANCE ■ LOWER NORMANDY ■ BARNEVILLE-CARTERET

PRESENTATION

ROOMS & SUITES

OFFERS & PACKAGES

Come into the norman residence of 19th century and you will discover the Hotel des Ormes.

The bar and the library invite you to relax : the restaurant "Le Rivage" will please your taste buds. Facing the hotel, you can admire the sea and the boats of the marina; you will find a garden where you can enjoy a breakfast.

Surrounded by nature, this charming hotel offers 12 entirely renewed rooms, all personalized in a timeless atmosphere...

We love

✓ Its seaside decor for a relaxing atmosphere

✓ Its location near the marina, ideal for exploring the rugged landscape and so typical of the Cotentin

✓ Its light, tasty, and fresh cuisine

To do absolutely

✓ An introductory course to the sea rowing

✓ Prévart garden at Saint-Germain-les-Vaux

✓ Embark on an old rig and treat yourself to a cruise to the Channel Islands

12 rooms

Gourmet restaurant

Bar / Lounge

Wi-Fi (free)

Golf courses nearby

Multi-channel TV

Parking lot

Room service

Pets Allowed (fee)

Tennis

BOOK THIS HOTEL

Arrival date: 11/09/2015

Departure date: 11/10/2015

Adult(s): 1

Child(s): 0

Book

Change / Cancel a reservation

Rooms from **117€**/night

Best rate on the 11/09/16

08/11: 17°C / 18°C

09/11: 15°C / 14°C

10/11: 15°C / 14°C

HOTEL DES ORMES

Promenade Barbey-d'Aureville
50270 Barneville-Carteret

+33 1 78 94 90 40

45



Travailler intelligemment avec les OTAs et Tour-opérateurs

1 Etablir une stratégie dédiée en matière de distribution en ligne

- Les OTAs apportent de la visibilité sur le web, notamment auprès de la clientèle internationale et britannique.
- Certains OTAs peuvent être privilégiés pour le marché britannique tels que My Travel et Booking.

2 Nouer des partenariats avec des tour-opérateurs

- Le taux d'intermédiation de la clientèle britannique reste important, notamment pour les opérateurs de campings.

3 Privilégier les tour-opérateurs de niches

- Le tour-operating de niches affichent de meilleurs résultats dans le contexte actuel.
- Il est recommandé de choisir des cibles compatibles avec les possibilités d'accueil de l'établissement (cyclistes, randonneurs, propriétaires de vieilles voitures, motards, club automobile, golfeurs, ...).

Les OTAs et Tour-opérateurs apportent de la visibilité. Ils donnent la possibilité d'être présent dans leurs principaux moyens de communication, de profiter de leur bon référencement et d'accéder à leur fichier clients / utilisateurs.





Travailler intelligemment avec les OTAs et Tour-opérateurs

Principaux TO / agences programmant la France pour le public britannique

Type	Noms (liste non-exhaustive)
Les généralistes	TUI UK, My Travel, Thomas Cook, First Choice, Etravel, Bon Tours, Andante Travels, Vac'Alliance, French Expressions, French Life, VFB Holidays, ...
Les spécialistes	Head Water cyclistes, Arblaster & Clarke, Belle France, Cycling Tour, Four Seasons Normandie Vacances, French Pedals, HF Holidays, ...
Les campings	Alan Rogers, Caravan Club, Car free, Canvas, Al Fresco Holidays, KelAir, Eurokamp, Carisma, Matthews Holidays, Vacances Directes, ...
Divers	Brittany Ferries, Eurolines, ...

Présence des hôtels sur...	Oui	Non
Booking	76 %	24 %
Hotels.com	58 %	42 %
Expedia	54 %	46 %
Brittany Ferries	23 %	77 %
My Travel	90 %	10 %

Présence des campings sur...	Oui	Non
Brittany Ferries	16 %	84 %
Canvas	16 %	84 %
The Caravan Club	35 %	65 %
Eurokamp	32 %	68 %
Alan Rogers	94 %	6 %





Valoriser ses services afin de se différencier des formules d'hébergement entre particuliers

- Face à l'industrialisation d'Airbnb, l'UMIH a décidé de réagir.
- Cependant, contrairement à la plupart des hôtels, aucun service client n'est proposé aux utilisateurs de la plateforme.
- **Les clients ne retrouvent pas, dans une location Airbnb, tout ce qui fait la spécificité d'un hébergeur professionnel** (personnel à l'écoute, services complémentaires fournis, petit-déjeuner, conciergerie, événements organisés...).

A valoriser auprès des Britanniques :

- *Communiquer sa passion pour la ville, son pays, sa culture, son histoire et ses traditions*
- *Proposer une restauration sur place et une expérience inédite*
- *Proposer un bar*
- *Disposer d'un service de conciergerie, voire jouer les concierges*
- *Digitaliser les services : E-concierge par Best Western*
- *Mettre en avant l'accueil en anglais*
- *Mettre en avant les conditions de sécurité, les normes d'hygiène et d'accessibilité*
- *Animer un blog avec des coups de cœur, des bons plans, idées de sorties, articles sur l'histoire de la ville à destination des clients et de tous les voyageurs ou habitants*

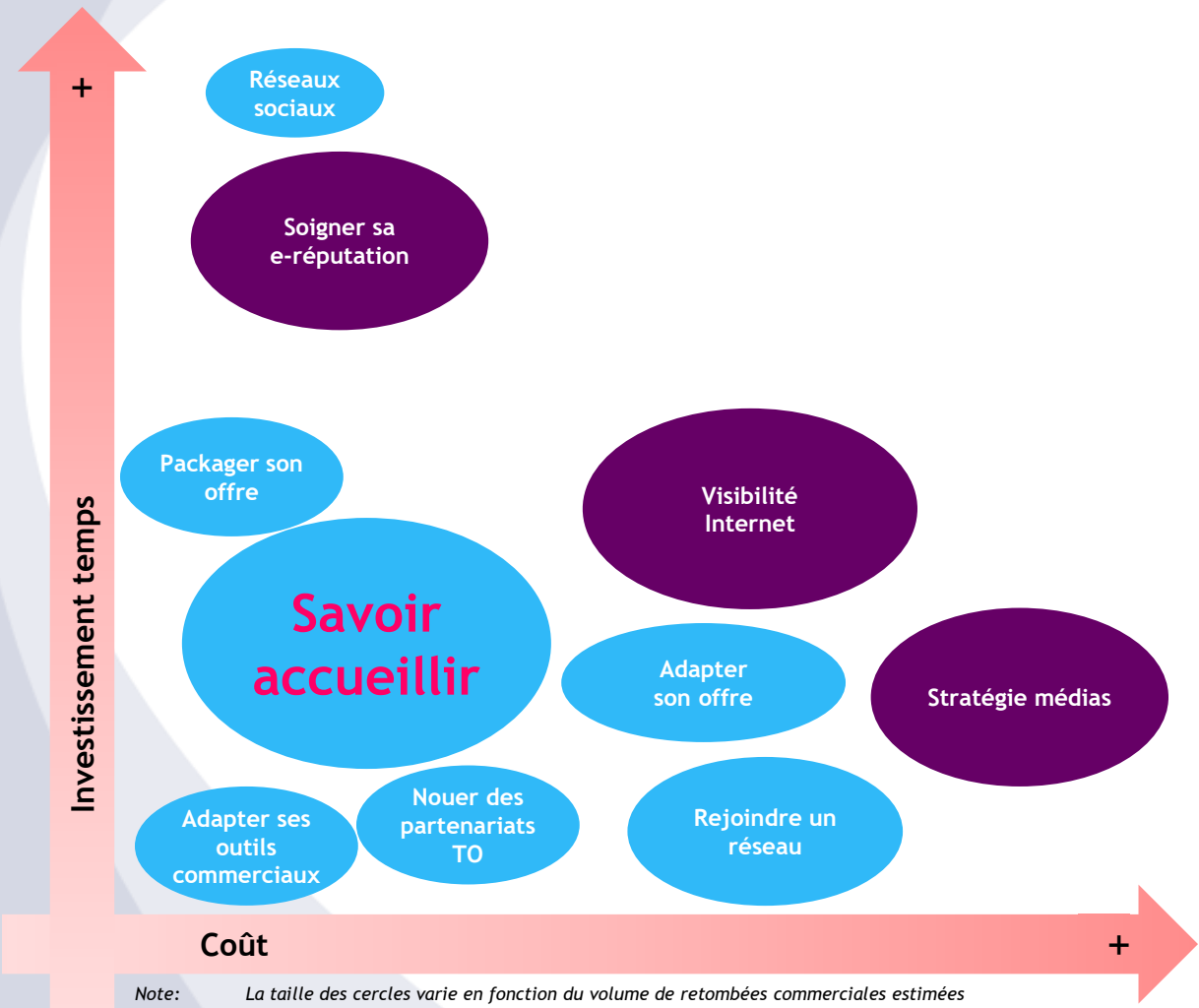




- Introduction
- Les attentes de la clientèle britannique
- Le profil-type des hébergeurs performants
- Les bonnes pratiques selon les opérateurs / tour-opérateurs
- Les bonnes pratiques des hébergeurs
- Conclusion



Représentation schématique des actions commerciales possibles



**Merci de votre
attention !**

Contact

Stéphanie RYCHEMBUSCH
Mob : + (33) (0)6 72 42 64 65
stephanie@srhconsulting.fr