

A woman in a white dress and hat stands on a rocky cliff overlooking a coastal town and the sea. The scene is bright and sunny, with a clear blue sky and a calm sea. The woman has her arms raised in a gesture of joy or freedom. The background features a rugged coastline with a small town built on the rocks and a large island in the distance.

voyage privé

La destination FRANCE

PRÉSENTATION DU GROUPE VOYAGE PRIVÉ

Leader européen des ventes privées de voyages



- Création de l'entreprise en 2006
- Tour Operateur haut de gamme 100% on-line
Sélection des meilleurs hôtels 4 et 5*, vols, circuits, excursions, gastronomie, bien être...à un tarif exclusif marché
- Disponible exclusivement à une communauté de 52M de membres Voyage Privé
- 8 marchés émetteurs en Europe : France, Royaume Uni, Allemagne, Italie, Espagne, Suisse, Belgique et Hollande.
- Tendence volume d'affaires 2023: 850M€ / 1.2M pax

UN CONCEPT QUI SÉDUIT CHAQUE ANNÉE PLUS DE 1.2M DE VOYAGEURS



Meilleurs Produits

Sélection des meilleurs hôtels & résidences 4* et 5*, boutique hotels 3*, écolodges, gastronomie, excursions...



Ventes évènementielles de 7 jours

Réservées à nos 52M de membres.



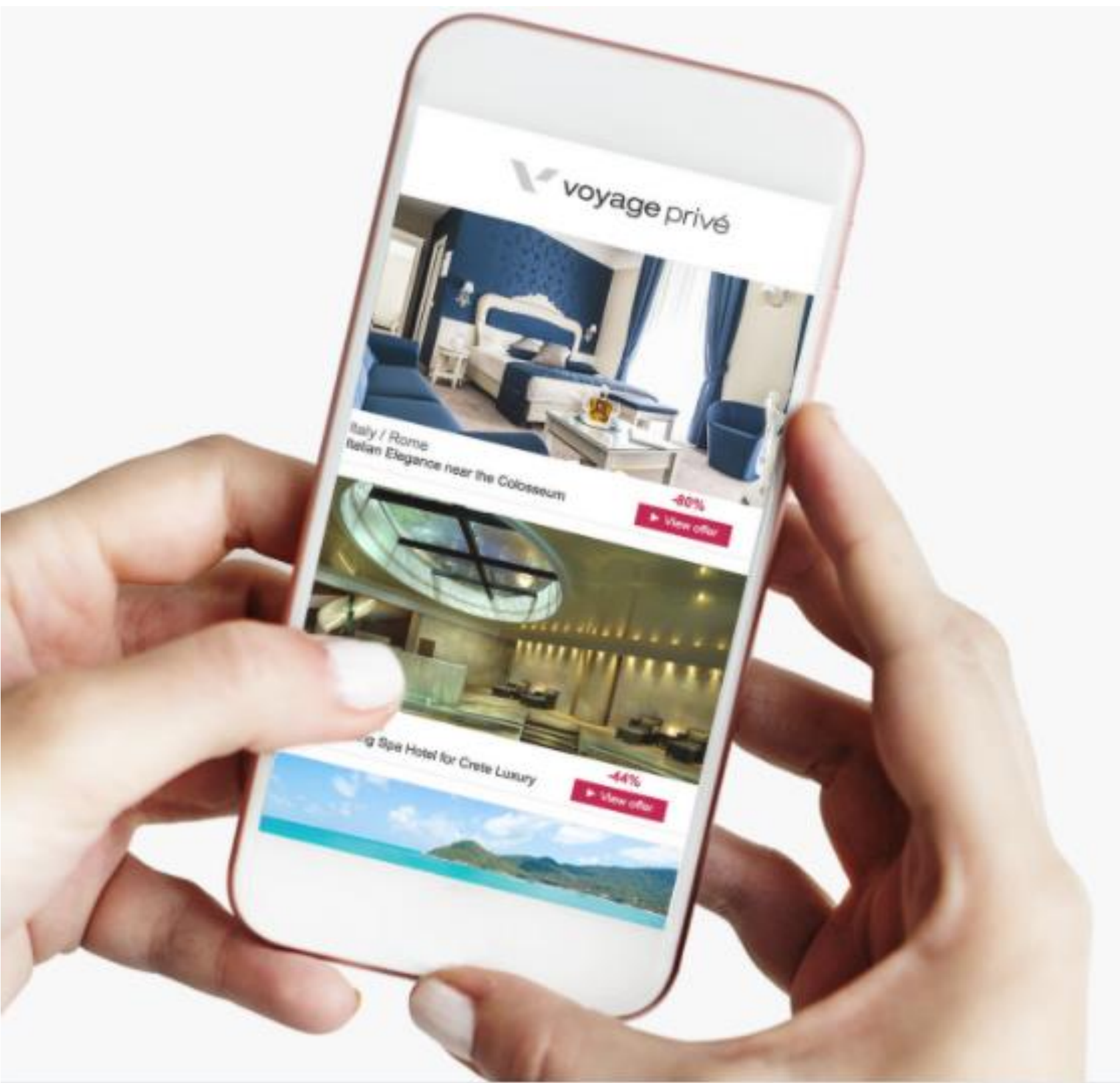
Offres exclusives

Surclassements, prix très attractifs, expériences... nous proposons des deals imbattables à nos membres

NOTRE COMMUNAUTÉ DE 52M DE MEMBRES EUROPÉENS



UN PROGRAMME CRM UNIQUE, IMPACTANT & ENGAGEANT



15 Millions de membres actifs

3 Newsletters
par semaine

3 Push notifications
par semaine

20 % Taux d'ouverture moyen

VOYAGE PRIVÉ : AGILITÉ ET IMPACT



Offres mises
en ligne en 48h
& en 6h
en haute saison

Rapidité



Offres statiques ou en
connectivité
focus sur les offres à
forte valeur ajoutée

Simplicité & REVPAR



8 marchés européens
FR, UK, DE, CH, IT, SP, BE, NL

**Distribution
européenne
100% loisir**



Des offres co-construites
et adaptées aux besoins
de nos partenaires

**Focus sur
vos besoins**

NOUS CONCILIONS CHEZ VOYAGE PRIVÉ DES IMPÉRATIFS ÉCONOMIQUES, SPORTIFS, SOCIAUX, ET ENVIRONNEMENTAUX – NOUS SOMMES UNE ENTREPRISE A MISSION



Nous sommes l'actionnaire majoritaire du Provence Rugby, club le plus important de notre territoire qui évolue en ProD2.



L'École des XV est une association, créée en 2014 par VP, dont l'objectif est de lutter contre le décrochage et l'échec scolaire, en proposant un programme périscolaire associant aide aux devoirs, soutien scolaire et rugby.



Depuis 2013, Voyage Privé accompagne des startups afin de les aider à accélérer leur développement. Chaque été, nous accueillons 2 startups au sein de nos locaux pour les aider à développer leur business.



Afin de répondre aux enjeux environnementaux devenus primordiaux dans notre société, Voyage Privé s'engage dans une démarche de Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE) à travers le projet VP Green.

UN PLAN AMBITIEUX NET ZÉRO CARBONE

Réduire nos émissions de CO₂

Un ambitieux plan de réduction de nos émissions CO₂ externes amenant à -50%
d'émissions/réservation d'ici à 5 ans

Neutralité carbone dès 2022

Parvenir à la neutralité carbone sur toutes nos émissions directes et inhérentes à notre activité:
e-mails, trajets, voyages d'affaires, bâtiments..

Compenser

Lancement d'un fonds détenteur de projets bas carbone afin de compenser
nos émissions résiduelles (internes & client)

Être moteur du changement

Engager toute l'industrie du tourisme européen dans un changement de modèle

La destination FRANCE



RETOUR SUR 2022

8 Marchés émetteurs

200K Pax

300K Nuitées

30M Pages vues

France (90%)
Espagne, Italie,
Grande Bretagne, Belgique,
Suisse, Allemagne, NL

= Trafic généré sur les fiches produits de la destination
FRANCE

LES INVESTISSEMENTS DE VOYAGE PRIVÉ SUR LA DESTINATION FRANCE

17 acheteurs
dédiés

- + 33% vs 2019
- Présence sur le terrain +1000 jours/an
- Participation aux salons BtoB majeurs
- Partenariat Atout France, convention ADN

750€ panier
moyen

- +12% vs 2019
- clientèle haut de gamme à destination

6500 Ventes
Flash

- +35% vs 2019
- Plus de 1000 partenaires en France / Outremer



répartition
des flux

- uniquement 25% de voyageurs sur Juillet/Août
- Maillage du territoire accru

2023 A DATE

Chiffre d'affaires iso vs 2022 et +9% vs 2019.

Nos succès

- **Qualité** : NPS 63 points, +14 points vs 2019 et +8 points vs les autres destinations.
- **Taux de réachat à 3 mois +25% vs 2019**. 12,7% des clients voyageant en France réachètent dans les 3 mois (c'est +27% par rapport aux autres destinations)
- Les réservations de **juin** pour le last minute été et **la réponse au besoin de nos partenaires** : 78% de nos réservations de juin sont pour des séjours juin (26%) , juillet (35%) et août (27%).
- **La montagne été**
- Les expériences : gastronomie, sport...
- Les marchés **italiens, belges, allemands** et **suisses** vers la France.

Nos enjeux

- La concurrence du **Moyen Courier** (+51% vs 2019)
- Réengager les **marchés anglais et espagnols** vers la France

NOS AMBITIONS POUR LA DESTINATION

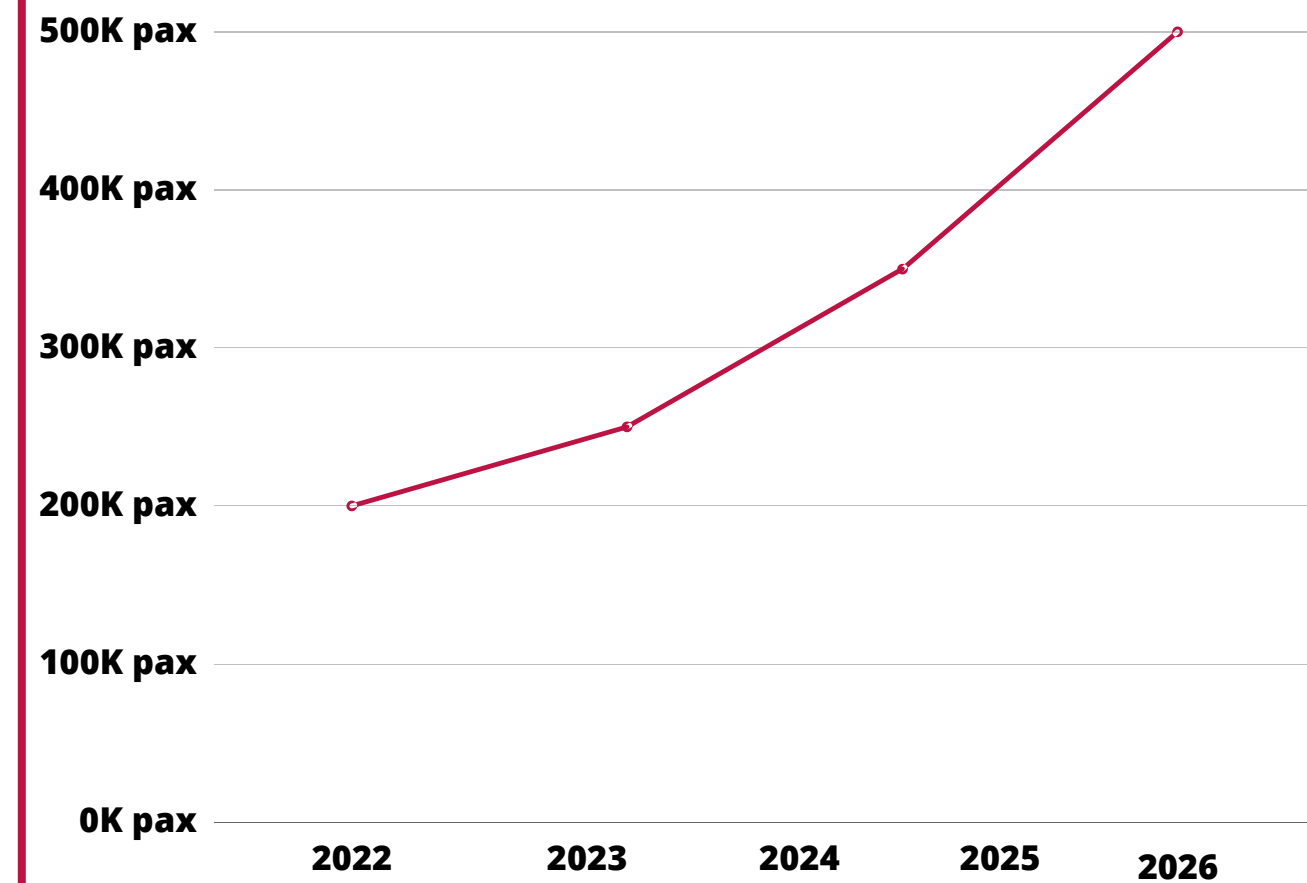
Développer les marchés étrangers

- Passer de 20K pax en 2022 à 60K pax en 2026

Une production plus respectueuse de l'environnement

- Développer le staycation
- Promouvoir les vacances en France pour nos membres français :
 - ==> Offres packagées
 - ==> Promotion du patrimoine culturel et gastronomique
 - ==> Répartition des flux dans l'espace et dans le temps

Atteindre le palier symbolique des 500k pax en 2026



PROMOUVOIR LA FRANCE GRACE A NOS DISPOSITIFS MEDIAS

Promotion de la destination sur nos sites partenaires Travel (ex: Campagne Display, Google Ads...etc)

Promotion de la destination sur nos réseaux sociaux (Posts, Stories, Vidéos...), mais aussi à travers des campagnes TV, OOH ou autres...

Mise en avant de la destination avec un positionnement préférentiel sur nos sites, et dans nos newsletters

Booster la visibilité de la destination tout en maximisant le nombre de réservations, pax ou nuitées

