UNE ÉTUDE DE FRONT DESK

Le baromètre de la réservation directe. Hôtels de Normandie, novembre 2026

Quand on cherche par son nom un hôtel de Normandie dont nous avons pu lire le site, ce site arrive en premier dans 56 % des cas.

Nous avons relevé ce qui est public sur 381 hôtels classés de Normandie : leur site, leur réservation en ligne et ce que Google montre quand on les cherche. Nous voulions voir ce qui aide un hôtel à recevoir plus de réservations en direct.

56 %

des hôtels dont nous avons pu lire le site arrivent en premier avec ce site quand on cherche leur nom.

35,7 %

des hôtels dont nous avons pu lire le site ont Booking, Tripadvisor ou un site du même genre devant le leur, ou à sa place, quand on cherche leur nom.

94,2 %

des hôtels dont nous avons pu lire le site ont un moteur de réservation repérable.

30,5 %

des recherches « hôtel + commune » donnent d'abord un site de réservation ou un comparateur.

Quand on cherche l'hôtel par son nom

Celui qui tape le nom de l'hôtel a déjà choisi. C'est justement le voyageur qui devrait pouvoir réserver en direct.

56 % des hôtels dont nous avons pu lire le site et chercher le nom arrivent en premier avec leur propre site
163 sur 291

35,7 % des hôtels dont nous avons pu lire le site et chercher le nom ont un site de réservation ou un comparateur devant le leur, ou à sa place
104 sur 291

13,7 % des hôtels dont nous avons pu lire le site et chercher le nom n'ont pas leur site en première page
40 sur 291

5,8 % des hôtels dont nous avons pu lire le site et chercher le nom voient un site de réservation ou un comparateur payer une annonce sur leur nom
17 sur 291

89,2 % des hôtels recherchés par leur nom ont une fiche Google qui s'affiche
340 sur 381

Quand on cherche un hôtel dans une commune

Une recherche par commune, sur téléphone. Ici, le voyageur n'a pas encore choisi.

30,5 % des recherches donnent d'abord un site de réservation ou un comparateur
51 sur 167

24 % des recherches donnent d'abord le site d'un hôtel de notre recensement, hors pages de chaîne ou de réseau
40 sur 167

15,6 % des recherches affichaient une annonce payée par un intermédiaire au moment du relevé
26 sur 167

Réserver depuis le site de l'hôtel

Un voyageur arrivé sur le site doit pouvoir réserver sans en repartir.

94,2 % des hôtels dont nous avons pu lire le site ont un moteur de réservation repérable depuis leur site
274 sur 291

5,8 % des hôtels dont nous avons pu lire le site n'ont aucun moteur de réservation repérable
17 sur 291

Les moteurs de réservation repérés

Ces chiffres portent sur les 274 sites où nous avons repéré un moteur ou un réseau. Un site peut en porter plusieurs : seul le premier dans l'ordre de notre liste est compté. Seuls les noms repérés sur au moins 10 sites sont donnés.

Reservit	86	31,4 %
D-EDGE	64	23,4 %
Autres moteurs connus, regroupés	27	9,9 %
Thaïs	13	4,7 %
Logis	12	4,4 %
Amenitiz	12	4,4 %
Secure Direct	11	4 %
Amadeus iHotelier	10	3,6 %
Noms repérés sur moins de 10 sites	39	

Le site lui-même

Quatre points faciles à contrôler, qui comptent pour un voyageur sur son téléphone et pour une clientèle étrangère.

89 % des hôtels dont nous avons pu lire le site ont un site adapté au téléphone
259 sur 291

97,6 % des hôtels dont nous avons pu lire le site ont un site sécurisé (https)
284 sur 291

73,2 % des hôtels dont nous avons pu lire le site proposent une version en anglais
213 sur 291

34,4 % des hôtels dont nous avons pu lire le site décrivent leur établissement aux moteurs de recherche
100 sur 291

Par département

Département	Son site arrive en premier quand on cherche son nom	Un intermédiaire devant son site, ou à sa place	Moteur de réservation repérable	Site adapté au téléphone	Version anglaise
Calvados	56,2 %	33,3 %	95,2 %	92,4 %	77,1 %
Eure	57,1 %	32,1 %	96,4 %	82,1 %	75 %
Manche	58,5 %	36,9 %	90,8 %	86,2 %	76,9 %
Orne	50 %	45 %	95 %	90 %	50 %
Seine-Maritime	54,8 %	37 %	94,5 %	89 %	69,9 %

Par classement

Classement	Son site arrive en premier quand on cherche son nom	Un intermédiaire devant son site, ou à sa place	Moteur de réservation repérable	Site adapté au téléphone	Version anglaise
1 étoile	moins de dix	moins de dix	moins de dix	moins de dix	moins de dix
2 étoiles	50,7 %	48 %	89,3 %	85,3 %	66,7 %
3 étoiles	58,7 %	34,2 %	95,5 %	89,7 %	71 %
4 étoiles	54,5 %	25 %	100 %	90,9 %	93,2 %
5 étoiles	moins de dix	moins de dix	moins de dix	moins de dix	moins de dix

Ce que les hôtels peuvent mesurer

Sans mesure, impossible de savoir d'où viennent les réservations directes.

84,9 % des hôtels dont nous avons pu lire le site ont un outil de mesure d'audience sur leur site
247 sur 291

18,9 % des hôtels dont nous avons pu lire le site ont une balise de suivi Google Ads
55 sur 291

17,2 % des hôtels dont nous avons pu lire le site ont une balise de suivi Meta
50 sur 291

Les réseaux sociaux

Ce que la page d'accueil montre, pas ce que valent les comptes.

61,2 % des hôtels dont nous avons pu lire le site renvoient vers Instagram depuis leur page d'accueil
178 sur 291

79,7 % des hôtels dont nous avons pu lire le site renvoient vers Facebook depuis leur page d'accueil
232 sur 291

L'adresse e-mail de l'hôtel

Une confirmation ou un devis qui arrive dans les courriers indésirables, c'est une réservation qui peut se perdre.

91,8 % des hôtels dont nous avons pu lire le site déclarent leurs serveurs d'envoi d'e-mails (SPF)
267 sur 291

52,6 % des hôtels dont nous avons pu lire le site publient une règle contre l'usurpation d'adresse (DMARC)
153 sur 291

Ce qu'un hôtel peut faire de ces chiffres

Se chercher comme un client

Sur un téléphone, en navigation privée, tapez le nom de votre hôtel et votre commune. Regardez qui arrive avant vous.

Vérifier sa fiche Google

Le lien de la fiche doit mener à votre site, et le bouton de réservation à votre moteur quand c'est possible.

Essayer le bouton « Réserver »

Cliquez dessus depuis votre téléphone : le voyageur doit pouvoir finir sa réservation chez vous, sans détour.

Mesurer les réservations directes

Notez d'où elles viennent, même à la main pendant un mois. C'est la base de toute décision sur les commissions.

Ce baromètre ne nomme aucun hôtel. La position de votre établissement n'apparaît que dans son relevé, gratuit et personnel.

Méthode, sources et limites

Périmètre : 381 hôtels de tourisme classés de Normandie, de 8 à 120 chambres, tirés du fichier public des hébergements classés d'Atout France (data.gouv.fr). Les grandes chaînes repérées par leur nom sont écartées ; des hôtels affiliés à une chaîne ou à un réseau restent dans le recensement.

Relevé du 3 novembre 2026. Pour chaque hôtel : la page d'accueil du site indiqué dans ce fichier et, si elle y renvoie, sa page de réservation, ouvertes comme sur un téléphone ; pour les sites sans moteur repéré, un clic sur le bouton de réservation ; les enregistrements DNS publics du domaine ; une recherche Google sur téléphone, en France et en français, sur le nom de l'hôtel et sa commune (381 recherches). S'y ajoute une recherche « hôtel + commune » pour chacune des 167 communes. « En premier » désigne le premier résultat naturel : ni les annonces, ni la fiche Google, ni les blocs d'hôtels, ni le résumé automatique de Google ne comptent.

Sur les 340 sites indiqués dans ce fichier, 291 ont pu être lus ; 49 n'ont pas répondu, nous ont refusé l'accès, ne sont plus en service ou ne parlent plus de l'hôtel. Sauf mention contraire, les pourcentages portent sur les sites lus : ils ne disent rien des hôtels sans site.

Aucun chiffre n'est donné pour un groupe de moins de 10 hôtels. Aucun hôtel n'est nommé.

Ce que ces chiffres ne disent pas

Une recherche Google est une photo prise à un moment donné : les résultats varient selon le lieu, l'heure et la personne. Les annonces payantes ne s'affichent pas à chaque recherche.

Un moteur de réservation peut nous échapper, et un site officiel peut porter une adresse sans rapport avec celle du classement : dans ces cas, le moteur ou le site est compté à tort comme absent. Une page qui n'est plus celle de l'hôtel peut aussi rester comptée comme lue. Le repérage des sites de réseau reste imparfait.

Le chiffre des hôtels sans moteur repérable est un maximum : lors d'un contrôle à la main sur quinze fiches tirées au hasard, nous avons retrouvé un moteur sur cinq d'entre elles, avant un dernier passage sur les boutons de réservation. Les fiches contrôlées « en premier » et « moteur repéré » étaient toutes justes (quinze sur quinze dans chaque cas).

Les balises de suivi et les enregistrements DNS ne donnent que des présomptions : ils ne prouvent pas qu'une campagne tourne et ne disent pas comment l'hôtel s'en sert. Une partie des sites est hébergée sur le domaine d'un réseau ou d'un groupe, dont les DNS ne sont pas ceux de l'hôtel.

Nous ne connaissons ni le nombre de réservations ni les commissions payées. Ce baromètre ne contient aucune estimation de chiffre d'affaires.

Reprendre ces chiffres

Presse, fédérations, sites spécialisés : vous pouvez citer ces chiffres et reprendre le rapport, à condition d'en indiquer la source avec un lien vers https://lefrontdesk.fr/barometre. Pour une question sur la méthode : erwan@mixweb.fr.

Source à citer : Le baromètre de la réservation directe, Hôtels de Normandie, novembre 2026, Front Desk, https://lefrontdesk.fr/barometre

Un service édité par Lobia (Mix Web Management).