

Date : 13/09/13

Nouvelle enquête sur le partenariat entre hôteliers, restaurateurs et agences en ligne

Rémi Ohayon, directeur général de l'agence Les Ateliers d'Apicius, à Poligny, a mené l'enquête auprès des professionnels de l'hébergement et des internautes français. Celle-ci a démontré l'omniprésence des agences de voyage en ligne dans le secteur.



© DR

Le dernier livre de Rémi **Ohayon** , **Addi (c) tion** , le hold-up des intermédiaires du tourisme en ligne.

À l'occasion de la sortie de son livre **Addi (c)tion**, le hold-up des intermédiaires du tourisme en ligne, Rémi Ohayon, directeur général de l'agence Les Ateliers d'Apicius, à Poligny (39), a mené deux enquêtes : l'une auprès de 700 professionnels de l'hébergement (hôteliers, restaurateurs, villages de vacances, chaînes hôtelières, résidences et maisons d'hôtes) et l'autre auprès de

2000 internautes français d'après un échantillon représentatif de la population française. Il en a tiré les conclusions suivantes :

- Plus des deux tiers des hôteliers interrogés ont un partenariat avec l'un de ces sites (appelés également OLTA ou agences de voyages en ligne)
- 47 % déclarent réaliser entre 20 et 50 % de leur CA total avec les OLTA
- Plus des deux tiers estiment que les commissions reversées se situent entre 15 et 30 %

De leur côté, les Français interrogés déclarent ne pas être au courant de ce type de pratique. En effet, alors que le prix reste pour 72 % d'entre eux le premier critère pour choisir un séjour ou pour réserver une table, 86 % pensent qu'ils paient moins cher en passant par un intermédiaire et près de 65 % pensent que les commissions se situent dans une fourchette allant de 1 à 10 %, 7 % seulement pensent qu'elles vont de 21 à 30 %.

Ces deux enquêtes font suite au livre qui vient d'être publié par Rémi **Ohayon** intitulé **Addi (c) tion** , le hold-up des intermédiaires du tourisme en ligne. Elles reflètent bien les dilemmes actuels du secteur hôtelier face aux agences de voyage en ligne. Un sujet déjà traité dans nos colonnes, notamment cet été, après le passage de l'émission Carnet de Voyages sur France 2, diffusée le 1er août, et qui reprenait les mêmes idées.

Elles démontrent encore une fois les difficultés rencontrées par l'hôtellerie française à nouer un réel partenariat avec les OLTA, et l'absence d'informations à ce sujet auprès des voyageurs qui ignorent les répercussions de leurs achats en ligne sur le chiffre d'affaires des hôtels. Un dialogue vraiment difficile à nouer.