

Challenge

Suivre Challenges Boutique Acheter le magazine Espace abonné Rechercher

Challenge

Valeurs (bourse) Archives (articles)

Entre initiés Newsletter

LE NOUVEL Observateur

Mise à jour 10h03

Entreprise Economie Bourse High Tech Auto Emploi Immo Patrimoine Luxe Pratique

TEMPS FORTS Dette publique Immatriculations Concordia Apple Embauche Classement Forbes Facebook Master en management



ACTUALITÉ > ENTREPRISE > POURQUOI LES HÔTELIERS SE RETOURNENT CONTRE BOOKING, EXPEDIA ET HOTELS.COM

Pourquoi les hôteliers se retournent contre Booking, Expedia et Hotels.com

Publié le 17-09-2013 à 19h40 - Mis à jour à 22h25



Par Jean-Louis Dell'Oro

Les hôteliers français veulent maîtriser de nouveau leur politique tarifaire, qui leur est le plus souvent imposée par les sites spécialisés de réservation en ligne.

Mots-clés : tourisme, HOTEL, commissions, Razy Hammadi, Booking, Expedia, Voyages-SNCF

8 PARTAGER RÉAGIR 0 Abonnez-vous à Challenges



Les hôtels s'organisent face aux sites de réservation en ligne. Sipa

La fronde est lancée. Les hôteliers français, de plus en plus dépendants des sites internet de réservation en ligne, dénoncent les commissions exorbitantes et les pratiques commerciales de ces apporteurs d'affaires. La commission d'examen des pratiques commerciales (CEPC) vient de leur donner raison lundi 16 septembre. Si l'avis de la CEPC n'est que consultatif, il pourrait néanmoins orienter les débats à l'Assemblée lors du vote du projet de loi sur la Consommation porté par Benoît Hamon, ministre délégué à l'économie sociale et solidaire. A moins que le ministre de l'Economie décide d'agir avant. Challenges.fr fait le point sur la situation.

Comment fonctionnent les sites de réservation en ligne ?

Au départ comparables à de simples annuaires, les sites de réservation en ligne (ou OTA pour "online travel agencies") permettent désormais aux internautes de trouver un hôtel et de le réserver en ligne. Les OTA deviennent alors les véritables clients des établissements. Ils récupèrent l'argent payé par les internautes et en reversent une partie aux hôteliers, après avoir prélevé leur commission.

Quelle est leur importance pour les établissements ?

En quelques années, les sites de réservation en ligne ont su se rendre indispensables tant auprès du public que des professionnels. En 2010, [une étude de Médiamétrie](#) indiquait que 44,9% des personnes interrogées avaient l'habitude de finaliser leur réservation sur ces sites spécialisés.

SUR LE MÊME SUJET

- » Tourisme : comment les "bons avis" sur le Web boostent les ventes
- » Comment TripAdvisor s'ouvre aux propriétaires de chambres d'hôtes
- » Le reportage qui démonte le système Tripadvisor

BOURSE EN DIRECT
CAC 40 **4144.72 pts** **-0.02%**
dernière mise à jour : 18/09 à 10h05:23

Cours

+ LUS + COMMENTÉS + PARTAGÉS

1. Pourquoi les hôteliers se retournent contre Booking
2. Les surprises du nouveau permis de conduire
3. Elle s'apprête à devenir la femme la plus puissante du monde
4. Le classement 2013 des entreprises qui font rêver les étudiants
5. Sondage : les Français ne rêvent plus de la retraite à 60 ans

LA PREMIÈRE FOIS, ÇA NE S'OUBLIE PAS
20% DE REMISE SUR VOTRE 1ER ACHAT

Inscrivez-vous dès maintenant →

corbis IMAGES

SUIVRE CHALLENGES

Votre email pour recevoir la newsletter

OK

La raison de ce succès est assez simple: le prix. 86% des clients estiment payer moins cher en passant par un portail. C'est ce qui ressort d'une enquête réalisée par l'Institut Promise Consulting en août 2013 auprès d'un échantillon représentatif de 2.000 Français et publiée dans le livre "Addi(c)tion – le hold-up des intermédiaires en ligne" (2013, éditions Page d'Ecriture).

Dans cet ouvrage, Rémi Ohayon, qui conseille les hôteliers sur leur stratégie de marque depuis 15 ans, a mené une deuxième étude* qui confirme l'ampleur du phénomène, cette fois du côté des entreprises. 60% des établissements interrogés ont activé un contrat avec des portails de réservation en ligne. Et, pour 52% des hôtels sondés, ils leur apportent déjà plus de 20% de leur chiffre d'affaires.

Quelle est la commission prélevée par les sites de réservation ?

Les différents syndicats de la profession ne sont pas tous d'accord entre eux sur le montant exact de ces commissions. Mais ils s'accordent sur la proportion du chiffre d'affaires que cela représente. Pour le syndicat national des hôteliers, restaurateurs, cafetiers et traiteurs (le Synhorcat), interrogé par [La Tribune](#), les commissions versées aux agences de voyages en ligne représentent 1 milliard d'euros soit environ 6,25% des 16 milliards de chiffre d'affaires réalisés par le secteur. Pour l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (l'Umih), ce serait plutôt de l'ordre de 1,5 milliard d'euros mais pour un chiffre d'affaires estimé à 21,3 milliards d'euros, soit 7,04% du CA.

Concrètement, chez les petits hôtels indépendants, les commissions s'envolent jusqu'à 30% du prix de la chambre payée par l'internaute. Parmi les professionnels interrogés par Rémi Ohayon dans son livre, 63% reversent déjà entre 15 et 35% de commission à Booking, Expedia, Voyages-SNCF, Hotels.com et les autres OTA.

A titre de comparaison, les commissions perçues par ces sites aux Etats-Unis sont environ deux à trois fois plus faibles, selon la CEPC.

Ce que reprochent les hôteliers à Booking et Expedia ?

S'ils reconnaissent globalement l'intérêt des sites de réservation en ligne, notamment pour améliorer leur taux de remplissage, les hôteliers jugent que les commissions deviennent beaucoup trop importantes. Mais au-delà de cette question, ce sont les clauses des contrats signés avec les sites de réservation qu'ils dénoncent avec le plus de véhémence.

Deux clauses en particulier posent problème. La clause de parité interdit aux hôteliers de proposer des prix moins chers en direct par rapport aux tarifs affichés sur les sites spécialisés de réservation. Pire, elle les empêche même de négocier ce prix entre les différents OTA. Autrement dit, le prix de la chambre d'hôtel doit être le même sur le site de l'établissement et sur celui de son partenaire. Mais en outre, l'hôtelier ne peut pas vendre la même chambre à un prix différent sur Booking et sur Expedia par exemple... "Les hôteliers ont perdu la maîtrise de leur politique tarifaire", s'indigne Rémi Ohayon.

La clause de disponibilité est également dans le collimateur des syndicats. Elle impose à l'hôtelier de proposer au moins autant de chambres sur le site de réservation en ligne partenaire que sur les autres canaux de distribution. "Il y a un déséquilibre significatif" juge ainsi le député PS Razzy Hammadi, président de la CEPC, qui a donné raison aux hôteliers.

Comment expliquer cette situation ?

Le rapport de force est de plus en plus favorable aux OTA. "Avec la crise, les hôteliers ont commencé à baisser leurs tarifs et sont devenus de plus en plus dépendants du trafic généré par les sites de réservation", explique Laurent Duc, président de la Fédération française de l'hôtellerie (qui fait partie de l'Umih). Les hôteliers se sont aussi laissés débordés par l'arrivée du web. Au lieu de s'adapter en interne, ils ont préféré s'en remettre à des professionnels du numérique.

Les OTA ont aussi réussi le tour de force de maîtriser l'image de marque des hôtels à coups d'achats de mots clé sur les moteurs de recherche. De fait, quand un internaute tape le nom d'un hôtel sur Google, la plupart du temps, les premiers résultats renvoient vers les sites des OTA... Et les hôteliers ont souvent cédé, sans toujours s'en rendre compte, l'exploitation de leur marque au niveau international en signant des contrats avec les OTA.

Quelles solutions pour les hôteliers et les restaurateurs ?

Une faille existe dans le système mis en place par les OTA : la base de prospects. Quand le client est déjà dans la base de données d'un hôtel, l'établissement n'est plus tenu par la clause de parité. Il peut donc lui proposer une carte de fidélité ou des chambres moins chères que sur le web. Les sites de réservation l'ont bien compris et ont imposé aux établissements des conditions drastiques sur ce point. Les clients passés par un OTA ne laissent aucune coordonnée aux hôtels dans lesquels ils ont séjourné.

L'hôtel ne dispose généralement que d'un numéro de réservation et d'un nom. Et, quand bien même le client d'Expedia ou de Booking souhaiterait être ajouté à la base de clients fidèles d'un établissement, les hôtels sont le plus souvent tenus de ne rien enregistrer. Pour contourner ces clauses, il suffirait de miser davantage sur des pages Facebook. Le but: recueillir un maximum d'informations et compléter leur base de clients potentiels.

Les hôteliers peuvent également reconquérir internet en achetant des mots clé sur Google, ou en embauchant des spécialistes du démarchage de clients via le web. Ils ont aussi la possibilité de proposer directement des coffrets cadeau, plutôt que, là encore, passer par des intermédiaires dont la commission n'est pas négligeable.

Et au niveau de la justice ?

AdChoices

VIDÉOS

PHOTOS



Séance photo avec Paul Hermelin, par Bruno Lévy

ANNONCES SHOPPING



Salons de Jardin

Découvrir

avec [LeGuide.com](#)

QUELLE BANQUE CHOISIR



Trouvez la banque la moins chère pour économiser sur vos frais bancaires

comparez les banques avec [Choisir ma Banque.com](#)

ASSURANCE HABITATION



Trouvez l'assurance habitation la plus adaptée en réalisant des économies

Comparez les offres avec [assurland.com](#)

ANNONCES IMMOBILIÈRES

La CEPC, dont l'avis n'est que consultatif, a jugé que la plupart des clauses abusives inscrites dans les contrats passés entre les OTA et les hôtels peuvent être frappées de nullité. Mais cette décision n'a pas force de loi.

Après cet avis, le ministre de l'Economie, Pierre Moscovici, peut directement intervenir. S'il ne le fait pas, les députés PS peuvent proposer un amendement au projet de loi sur la consommation pour interdire certaines pratiques commerciales.

En parallèle, l'Umih et la Confédération des professionnels indépendants de l'hôtellerie (CPIH) ont saisi en juillet l'Autorité de la concurrence sur ce sujet. La bataille ne fait donc que commencer.

**étude réalisée sur internet via un questionnaire anonyme en août 2013 auprès de 615 hôtels-restaurants, à partir d'un échantillon suivant la répartition des hôtels de 1 à 5 étoiles établi par Atout France (2% d'établissements 1 étoile, 30% de 2 étoiles, 46% de 3 étoiles, 18% de 4 étoiles et 4% de 5 étoiles).*

Rechercher dans les annonces

Ex. vente maison CP OK

L'annonce du moment



Appartement neuf, Martigues
4pièces - 82,73 m²
PROGRAMME NEUF SUR
MARTIGUES (Ferrières),
"VILLA NOTRE DAME", orienté sud avec vue sur
l'étang de ...

> [Toutes les annonces immobilier](#)

OFFRE SPÉCIALE



Abonnez-vous à Challenges à un tarif privilégié

> Acheter le numéro de cette semaine en édition digitale

AdChoices

Découvrez les 10 hôtels les plus hauts du monde



Publié le 11-07-2013 à 10h30

1 / 10

J'aime 24 Tweeter 9 0 Share 3

1/ Le Ritz Carlton de Hong Kong. L'hôtel de luxe qui occupe les derniers étages (de 102 à 118) de l'International Commerce Centre est le plus haut du monde, selon le classement réalisé par Emporis. La plupart des chambres se situent à plus de 400 mètres de hauteur (l'immeuble "culmine" à 484 mètres). Elles offrent une vue imprenable sur la Victoria Harbour et la silhouette urbaine de la métropole. Et ne parlons pas de la "Ritz-Carlton Suite" située au 117^e étage. Avec ses 415 m², elle est de loin la plus impressionnante de cet hôtel (c) Wilson Ling

8

PARTAGER

RÉAGIR 0

Abonnez-vous à Challenges

EMPLOI

Les dernières offres

- 17/9 - **Assistant Commercial Export H/F** (Cossé-le-Vivien - 53)
- 17/9 - **Ingénieur Système Linux - Unix H/F** (Rennes - 35)
- 17/9 - **Superviseur Mécanique Véhicule Légers Diesel H/F** (Gabon - Port Gentil)
- 17/9 - **Juriste Droit de la Santé H/F** (Val de Marne - 94)
- 17/9 - **Développeurs Java J2EE Confirmés H/F** (Alsace)

avec **REGIONSJOB**



Un iPhone pour 17€?

Des clients français obtiennent 80% de réduction grâce à une astuce extraordinaire

» Cliquez ici



PERP, fiscalité, impôts

Souscrivez un PERP pour compléter vos revenus à la retraite et bénéficier de réductions d'impôt

» Cliquez ici



Dingue de vos appareils ?

Protégez complètement tous vos appareils connectés : PC, Mac®, smartphone et tablette

» Cliquez ici



IBM Social Business

Démarrez dès aujourd'hui votre transformation vers le Social Business avec IBM.

» Cliquez ici

Publicité Ligatus

A NE PAS MANQUER

"Le chômage est trop confortable en France" : le buzz indécent de Sophie de Menthon (*Le Plus*)

Chrissy Teigen seins nus : la top choque pour le clip de son mec (*Obsession*)

Le Bon Coin : des clients victimes de petits escrocs (*Nouvel Obs*)

La très provocante proposition de Waterman à ses salariés (*Challenges*)

Elle s'apprête à devenir la femme la plus puissante du monde (*Challenges*)

Honda Civic 2014 : subtile mue (*Challenges*)

ENTREPRISE

Le classement 2013 des entreprises qui font rêver les étudiants

Mobilisation sur Facebook pour créer une ligne Toulouse-New York

Le gouvernement prépare une nouvelle taxe pour les banques

Le redressement du Costa Concordia

VOTRE RÉACTION

Pour réagir, je me connecte

Je m'inscris

VERBES THÉMATIQUES

avoir être partir **passer** **trouver** **rendre** payer vendre **remettre** donner commencer agir **proposer**

Publicité **Lecteurs, vous avez la parole!** *Challenge* *Ghost ou Le Pen ?* *Renault sur le PA* *Audi ou Tag Heuer ?* **Challenge^s REJOIGNEZ NOTRE PANEL LECTEURS** Connectez vous à : www.panelchallenges.fr Publicité



Home Entreprise Média High Tech Classement Bourse Patrimoine Finance et Marchés Sports Economie Revues de presse Immobilier Auto Emploi Luxe Photos Vidéos Tchats Blogs Météo Traducteur Dictionnaire Atlas Comparateur high-tech

Newsletters Publicité Partenaires Plan du site Fils RSS & Podcast Contacter Challenges Mentions légales Données personnelles Licence Index

© Le Nouvel Observateur - Tous droits réservés. nouvelobs.com est une marque exclusive du Nouvel Observateur

Un site de nouvelobs.com Network Les meilleures [annonces voiture occasion](#), [l'actualité économique](#) et [l'actualité internationale](#) sont sur le [NouvelObs](#).