

**ENTRETIEN** Avec Rémi Ohayon, des Ateliers Apicius à Poligny, qui vient de publier "Addi(c)tion, le hold-up des intermédiaires en ligne".

# Avec les portails de réservation en ligne, « les hôteliers-restaurateurs sont étranglés par un système anti-concurrentiel »

PROPOS RECUEILLIS PAR  
LUCILLE TOPIN

## ► Quel est votre parcours professionnel ?

Après une école hôtelière, j'ai été cuisinier chez Jean-Paul Jeunet à Arbois puis chez Bernard Loiseau à Saulieu. C'est en 1995 que j'ai quitté les fourneaux pour endosser le costume internet. J'ai créé à Poligny, dès 1996, une première agence de conseils pour les marques d'hôtellerie-restauration sur internet. Aujourd'hui, il y en a sept. Ce qui m'a toujours parlé sur internet, c'est qu'on met en relation deux personnes sans intermédiaire. C'est un média à part entière.

## ► Qu'est-ce qui vous a conduit à écrire "Addi(c)tion, le hold-up des intermédiaires en ligne" ?

Après 17 ans passés aux côtés des professionnels de l'hôtellerie-restauration je me suis aperçu que cette profession vit presque dans l'angoisse, étranglée par un système anti-concurrentiel, pris dans un étau, celui des centrales de réservation.

## ► Que dénoncez-vous ? Quelles inquiétudes créent ces centrales de réservation que vous

## pointez du doigt ?

À l'origine, les portails de réservation étaient pratiques et utiles car ils regroupent en un même site internet tous les hôtels et permettent aux internautes de comparer les prix. Il semblait normal qu'ils aient une commission de la part des hôteliers-restaurateurs car ils amenaient une nouvelle clientèle. La profession a ainsi signé des contrats avec ces portails. La thèse que je défends, et ce que je dénonce, c'est le hold-up qu'ils font sur le nom des établissements. Pour acquérir une plus grande notoriété, ces portails ont acheté les mots clés des marques aux moteurs de recherche. Ils détournent ainsi l'internaute de son premier choix, du site officiel de l'hôtel.

## ► Pourquoi parlez-vous d'un système anti-concurrentiel ?

Imaginez qu'un ami vous conseille un hôtel à Strasbourg. Vous allez alors sur internet, en tapant dans votre moteur de recherche le nom de l'hôtel et la ville comme mots clés. Les sites des portails de réservation arrivent en tête de page des résultats, avec des accroches telles que "pas cher", "petit prix", en vous laissant croire que les prix sont moins chers chez



Face à l'enthousiasme que son livre rencontre, Rémi Ohayon fait un tour de France pour présenter à la profession les études qui ont nourri son œuvre.

eux. C'est comme si vous alliez en personne dans un hôtel pour faire une réservation et qu'un homme-sandwich surgissait en promet-

tant des tarifs plus bas. Vous réservez auprès de l'homme-sandwich. Alors que les prix sont identiques sur les portails de réservation que sur les sites officiels des hôtels-

les mots clés aux moteurs de recherche, en détournant les marques, rendant les hôteliers-restaurateurs dépendants de cette visibilité, alors qu'ils ne font que

Les portails de réservation détournent les internautes de leur premier choix.

restaurants ! Ce sont les professionnels qui fixent eux-mêmes leurs prix. Les portails détournent ainsi des réservations. Sans apporter de nouveaux clients à la profession mais en détournant ceux qui avant passaient directement par le site de l'hôtel.

## ► Les hôteliers-restaurateurs sont obligés de passer par ces centrales de réservation ?

Au début, les portails remplissaient leur fonction et amenaient une nouvelle clientèle. La profession a dû se positionner via les portails. Elle a subi au fil du temps l'évolution des contrats imposés par les portails et leur commission de plus en plus élevée. Parallèlement les portails ont acheté

détourner la marque des professionnels. Je ne suis pas contre les portails de réservation s'ils apportent une nouvelle clientèle.

## ► Quel est l'objectif de votre livre ?

Mon premier but était de dénoncer ce détournement des marques, de sensibiliser. Le deuxième est de proposer des solutions concrètes aux hôteliers-restaurateurs, pour rééquilibrer ce marché. Faire en sorte que tous les acteurs se mettent autour d'une table pour discuter. Compte tenu de l'enthousiasme que le livre rencontre, je pars faire un tour de France avec huit dates pour présenter aux hôteliers les études qui ont nourri mon livre. ■