



Les hôteliers organisent la résistance

TOURISME Grâce aux réseaux sociaux, les établissements veulent reprendre en main leurs réservations face aux centrales

Rares sont les Brésiliens capables de pointer sur une carte la plage de Barneville-Carteret, dans le Cotentin. Deux couples de Porto Alegre viennent pourtant de réserver pour la Toussaint des chambres avec vue sur la Manche dans l'hôtel des Isles. José de Mello, propriétaire de ce bel établissement au style années 1930, attire chaque année plus de 300 compatriotes, dans ce bout du monde battu par les vents. Ce technophile gère 30 % de ses clients en direct, sans passer par les grandes centrales Internet, Booking, Hotels.com ou Expedia.

Peser sur le montant des commissions

Leur puissance commerciale alarme les hôteliers, qui reversent une commission moyenne d'environ 20 % sur chaque réservation. Le touriste n'y trouve pas forcément son compte. Ces centrales sont simplement des intermédiaires, qui n'achètent pas en masse pour faire baisser les prix au bénéfice du client. « On peut réserver sans frais, via mon site ou Facebook », assure José de Mello, présent aussi sur Twitter. Pour autant, l'hôtelier ne boycotte pas les voyageurs en ligne, mais il souhaite que le législateur « limite le montant des commissions ».

Message reçu par Razzy Hammadi, député PS, qui défendra jeudi un amendement sur le sujet dans le cadre du projet de loi de finances. Il veut que le calcul des commissions ne soit plus fondé sur



José de Mello, propriétaire de l'hôtel des Isles, est un technophile averti DR

le prix TTC des chambres, mais sur les prix hors taxe. Il y a urgence au 1^{er} janvier, le taux de TVA dans l'hôtellerie passera à 10 %. Si rien n'est fait, le montant des commissions augmentera mécaniquement.

Même modeste, cette initiative est révélatrice d'une prise de conscience. L'Umih (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie), principal syndicat professionnel, s'active tous azimuts. En attendant que la réglementation évolue, Rémi Ohayon, auteur de l'ouvrage *Addi(c)tion, le hold-up des intermédiaires en ligne* (Éd. Page d'écriture) livre ses conseils : « Les hôteliers doivent aller à la rencontre de leurs clients sur la Toile, organiser leur système de fidélisation et référencer eux-mêmes leur marque sur Google. »

Pas facile de suivre une telle liste, quand on n'est pas geek dans l'âme. Pourtant, Corinne Maes-Place, propriétaire de l'hôtel Victoria Châtelet à Paris, s'est prise de passion pour Instagram, service de partage d'images numériques. « Je poste des clichés de la vie parisienne. Récemment, j'ai photographié un perroquet ara. Mes visiteurs brésiliens ont adoré le symbole. Cela les incitera peut-être à faire le voyage... » **M.N.**