

Booking : la fronde s'organise

TOURISME Absence de solidarité durant la crise, commissions trop élevées... Les hôteliers s'organisent pour contrer les plateformes de réservation sur Internet

Cécilia Sommer
larochelle@sudouest.fr

Booking, Expedia, Hotels.com, Kayak... Les plateformes de réservation sur Internet sont devenues un incontournable pour l'organisation des vacances. Aujourd'hui, 93 % de la clientèle hôtelière les utilise pour rechercher un hôtel.

Pourtant, les relations entre ces géants d'Internet et les hôteliers ne sont pas au beau fixe. À Avignon, dans le Vaucluse, une vingtaine d'hôteliers ont décidé d'augmenter les prix de leurs chambres d'hôtels sur Booking de plus de... 500 %. En Corse, les hôteliers sont même allés jusqu'à bloquer les réservations sur la plateforme. Désormais, le bon réflexe pour réserver, c'est de passer un coup de fil directement aux établissements.

Le nerf de la guerre ? Les commissions trop importantes (entre 15 et 25 %) qu'elles appliquent. « On n'est pas contre le principe des commissions, mais elles ne devraient pas excéder 7-8 % du montant de la réservation, s'insurge Stéphane Radi, directeur général de Contact Hôtels, qui regroupe entre autres six hôtels en Charente-Maritime dont le Majestic à Châtelailon-Plage (lire ci-dessous) près de La Rochelle. Chaque euro compte aujourd'hui. »

Sans Booking, moins de clients
Dans une enquête réalisée fin juin, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) dénonce les pratiques opérées par les plateformes, à savoir des « prix barrés et des comparaisons avantageuses, avec des tarifs fantaisistes

ou non comparables et faisant croire à une fausse économie ».

Sur le papier, rien n'oblige les hôteliers à signer des partenariats avec ces sites Internet. Mais la réalité, elle, est bien différente : renoncer à Booking, c'est aussi renoncer à de la clientèle. Sylvette Lebeau, vice-présidente de l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (Umih) en Charente-Maritime, explique qu'il est difficile de travailler sans eux : « Ces géants du net ont l'avantage de donner aux hôteliers une visibilité à travers le monde et de nous ramener des clients étrangers. Cela fait des années qu'on leur demande une baisse des commissions, mais ils ne veulent pas », déplore-t-elle.

Yves Monnin est directeur de la Grande Terrasse Hôtels et Spa (groupe Accor) à Châtelailon-Plage. Booking représente entre 10 et 12 % de son chiffre d'affaires. Pour lui, les plateformes comme Booking ou Expedia sont des partenaires majeurs qui lui offrent une visibilité énorme. « Le fait d'avoir l'enseigne Accor nous a permis de négocier des commissions tout à fait confortables. C'est vrai qu'un hôtelier indépendant risque de payer plus cher que moi », nuance-t-il.

Trouver un équilibre

Un boycott que Stéphane Villain, Président de Charentes Tourisme et maire de Châtelailon-Plage, perçoit d'un bon œil : « Les hôteliers ont envie de s'organiser ensemble, de mettre en place une vraie stratégie afin de prendre leur indépendance vis-à-vis des grosses plateformes », fait-il remarquer. « Il n'est pas question d'entrer en guerre



Rien n'oblige les hôteliers à signer des partenariats avec ces sites Internet mais la réalité est bien différente.

PHOTO ROMALD ALICE

contre elles, mais de trouver un équilibre, insiste Sylvette Lebeau. Ces plateformes ne payent aucune taxe, ni impôts en France, et mettent en péril la diversité des offres hôtelières en amputant leurs marges. « Le montant des commissions est d'autant plus difficile à accepter que le contexte actuel ne fa-



cilit pas les choses. Selon Sylvette Lebeau, le mois de juin est comparable à un mois de janvier en termes de fréquentation dans le département. « Le taux d'occupation est d'environ 30-35 %, au lieu de 80-85 % habituellement. Entre le mouvement des gilets jaunes, les grèves de la SNCF et le Covid, c'est très dur pour le secteur, précise la vice-présidente de l'Umih. Si les gens réfléchissent à la façon dont ils consomment, ça sera un très gros coup de pouce pour les établissements ».

3 QUESTIONS À...

Gallix GUYOT
Directeur exécutif
de Charentes Tourisme

1 Quels conseils pouvez-vous donner aux établissements hôteliers concernant l'usage des plateformes de réservation comme Booking ?

On a senti une grogne chez les hôteliers, exacerbée par la crise du coronavirus. La dépendance à ces plateformes est extrêmement forte. Il faut essayer d'en avoir un usage modéré et raisonné. Évidemment, si elles sont là et qu'elles ont autant de succès, c'est qu'elles ramènent de l'audience. Il faut se servir de ces flux-là et les tirer à son avantage. Par exemple, en faire un outil de fidélisation du client : une fois chez nous, on le convainc d'effectuer sa prochaine réservation directement sur le site de l'hôtel.

2 Quel pouvoir ont les collectivités locales pour aider le secteur de l'hôtellerie ?

On a senti une grosse attente vis-à-vis des acteurs institutionnels et des collectivités. Pendant la crise, on a des acteurs qui nous demandaient de leur construire des plateformes de vente en direct. Nous n'avons pas vocation à nous substituer au privé, mais nous avons compris que le nerf de la guerre se situe sur la trésorerie. Nous, ce qu'on défend, c'est de limiter la dépendance aux plateformes. On a travaillé dur sur l'installation d'une plateforme qui s'appelle Eloha et qui comprend 900 prestataires,



PHOTO ARCHIVES MADRE JULLIARD

tous secteurs d'activités confondus, dont l'hôtellerie. Ce qu'on souhaite avant tout, c'est un taux de commission à 0 % pour optimiser la performance économique des acteurs.

3 Que pensez-vous de l'absence de solidarité des plateformes de réservation pendant le coronavirus ?

Sans les établissements hôteliers, les plateformes comme Booking ou Expedia n'existeraient pas. Alors éthiquement, il y a quelque chose de gênant. Avant la crise, ils se vantaient d'un bénéfice monstrueux. Mais aujourd'hui, on ne peut pas s'avancer, on ne connaît pas leur situation économique... Les hôteliers, eux, n'ont pas eu le sentiment que ces plateformes étaient au rendez-vous.

Recueilli par C. S.

Ces hôtels qui passent à l'offensive



Arlibeth et Cédric Gaillard.
PHOTO CONTACT HOTEL MAJESTIC

CHÂTELAILLON-PLAGE Le Contact Hôtel Majestic participe à une initiative nationale pour inciter les Français à réserver leurs vacances directement sur leur site Internet

En Charente-Maritime aussi les hôtels défient Booking (lire ci-dessus). La chaîne hôtelière Contact Hôtels, qui regroupe 300 hôteliers indépendants dans toute la France dont l'hôtel Majestic à Châtelailon-Plage, près de La Rochelle, ainsi que cinq autres dans le département poussent un cri du cœur et lance l'initiative « Pour mes vacances, #JeChoisislaFrance ».

Aider les hôtels

« On veut faire comprendre très simplement à nos clients que les tarifs sont plus chers sur Booking », explique Cédric Gaillard, propriétaire de l'Hôtel Majestic. À titre d'exemple, sur le site Inter-

net de l'hôtel, il est possible d'y séjourner du 8 au 15 août, à hauteur de 630 euros. Sur Booking, cette même prestation est facturée... 758 euros.

Cette initiative a pour ambition de « promouvoir un tourisme local, solidaire et aux prix justes », avec un objectif très clair : inciter les Français à réserver directement sur les sites des hôteliers, en bénéficiant de prix inférieurs à ceux proposés par les plateformes de réservation. « Le client a tout à y gagner : il paye moins cher sa chambre, récupère une réduction supplémentaire et, en plus, il a un vrai contact humain », détaille Cédric Gaillard.

ensive

« C'est de bonne guerre »

Le propriétaire de l'hôtel estime que « les réservations en direct ont un intérêt à faire mieux vivre les hôteliers ». Pour lui, il ne s'agit pas d'un boycott, mais d'un « rééquilibrage ». « C'est de bonne guerre, je ne dis pas qu'il ne faut pas que ces plateformes existent, mais nous aussi on va jouer avec nos armes », précise-t-il.

Durant le mois de juin, son hôtel a connu une baisse de 30 % de son activité par rapport à l'an passé à la même époque. Mais Cédric Gaillard reste confiant. « Châtelailon est une destination privilégiée, avec un superbe environnement géographique et une plage immense, se réjouit-il. On fera aussi bien que l'année dernière, voire même mieux ! »

C. S.

Ces hôtels qui passent à l'offensive



Artibeth et Cédric Gaillard.

PHOTO CONTACT HÔTEL MAJESTIC

CHÂTELLAILLON-PLAGE Le Contact Hôtel Majestic participe à une initiative nationale pour inciter les Français à réserver leurs vacances directement sur leur site Internet

En Charente-Maritime aussi les hôtels défient Booking (lire ci-dessus). La chaîne hôtelière Contact Hôtels, qui regroupe 300 hôteliers indépendants dans toute la France dont l'Hôtel Majestic à Châtelaillon-Plage, près de La Rochelle, ainsi que cinq autres dans le département poussent un cri du cœur et lance l'initiative « Pour mes vacances, #JeChoisislaFrance ».

Aider les hôtels

« On veut faire comprendre très simplement à nos clients que les tarifs sont plus chers sur Booking », explique Cédric Gaillard, propriétaire de l'Hôtel Majestic. À titre d'exemple, sur le site Inter-

net de l'hôtel, il est possible d'y séjourner du 8 au 15 août, à hauteur de 630 euros. Sur Booking, cette même prestation est facturée... 758 euros.

Cette initiative a pour ambition de « promouvoir un tourisme local, solidaire et aux prix justes », avec un objectif très clair : inciter les Français à réserver directement sur les sites des hôteliers, en bénéficiant de prix inférieurs à ceux proposés par les plateformes de réservation. « Le client a tout à y gagner : il paye moins cher sa chambre, récupère une réduction supplémentaire et, en plus, il a un vrai contact humain », détaille Cédric Gaillard.

« C'est de bonne guerre »

Le propriétaire de l'hôtel estime que « les réservations en direct ont un intérêt à faire mieux vivre les hôteliers ». Pour lui, il ne s'agit pas d'un boycott, mais d'un « rééquilibrage ». « C'est de bonne guerre. Je ne dis pas qu'il ne faut pas que ces plateformes existent, mais nous aussi on va jouer avec nos armes », précise-t-il.

Durant le mois de juin, son hôtel a connu une baisse de 30 % de son activité par rapport à l'an passé à la même époque. Mais Cédric Gaillard reste confiant. « Châtelaillon est une destination privilégiée, avec un superbe environnement géographique et une plage immense, se réjouit-il. On fera aussi bien que l'année dernière, voire même mieux ! »

C. S.