

HORECA

Le président de l'horeca wallon rompt avec Booking.com

Un pavé dans la mare ! Président de la Fédération Horeca Wallonie, Thierry Neyens, hôtelier à Arlon, rompt son contrat avec la plateforme de réservation en ligne.

• Philippe COLLING

À quelques jours de l'ouverture du prochain salon Horecatel, au Wex de Marche-en-Famenne, Thierry Neyens, président de la Fédération Horeca Wallonie et par ailleurs hôtelier bien connu à Arlon, vient de jeter un pavé dans la mare. Il a en effet rompu le contrat qu'il avait depuis douze ans avec la plateforme de réservations d'hôtels en ligne Booking.com, l'une des OTA (online travel agencies) les plus connues.

L'hôtelier a fait part de cette information mercredi soir via Facebook, évoquant «une décision qui va en étonner certains... ou en motiver d'autres», suscitant de nombreux commentaires et messages de soutien qui saluent un choix «téméraire et courageux», mais que «certains diront suicidaire», ajoute un internaute. Pour Thierry Neyens, la goutte qui a fait déborder le vase est la position – ou plutôt l'absence de position – adoptée par Booking.com face aux commentaires de clients parfois désobligeants, sinon même tendancieux et insultants vis-à-vis des hôteliers qui les ont accueillis. Des critiques auxquelles les hôteliers sont dans l'impossibilité de répondre pour faire valoir leur point de vue (lire ci-dessous). Derrière ce reproche, dont le

JACQUES ROMMAGNOL - Fotolia



président d'Horeca Wallonie a fait part aux responsables de Booking.com, M. Neyens soulève aussi une autre ques-

tion, et relaie les inquiétudes de toute une profession : les OTA ne sont-elles pas en train de prendre en otage les hôte-

liers indépendants au point qu'en dépendent désormais leur notoriété, leur réputation et même leur survie ? ■

« Du côté de l'hôtelier ou du client ? »

Thierry Neyens, vous êtes hôtelier à Arlon et président de la Fédération Horeca Wallonie. Certains sur Facebook vous ont trouvé un certain courage à rompre avec Booking.com. Vous ne craignez pas un retour de manivelle ?

Je le reconnais, Booking.com a ses avantages : ça booste les chambres, ça augmente le taux d'occupation, même s'il y a en contrepartie une commission à verser, qui varie entre 15 et 25 % en fonction du type de contrat.

Ne plus être sur ce type de plateforme, c'est effectivement se tirer une balle dans le pied, mais on peut envisager une telle rupture si on a anticipé, avec d'autres outils, un référencement naturel qui permet à l'hôtelier de rester visible. Et à condition d'avoir un solide carnet d'adresses, essentiel si on ne veut pas s'enfoncer et disparaître.

Dans un premier temps, vous risquez quand même de payer cash votre décision, qui a pris cours le 1^{er} mars ?

Forcément, mais s'il n'y a pas quelqu'un qui, à un moment donné, montre l'exemple, le débat n'aura pas lieu. Je condamne la position et les règles de Booking.com, qui sont unilatérales. J'ai plusieurs confrères qui vivent tous les jours des conflits avec cette plateforme et, en tant que président de la Fédération Horeca Wallonie, je voulais frapper fort, quitte à n'être qu'une goutte d'eau dans l'océan !



« La relation des hôteliers avec Booking.com pourrait devenir comparable à ce qu'ont vécu certains cafetiers devenus dépendants de grosses brasseries ou de multinationales. »

Y a-t-il un salut hors Booking.com ?

Il y a du travail à faire, mais il y a aussi des outils performants et des spécialistes, en Belgique, en Wallonie, même en province de Luxembourg. Les compétences existent. Au niveau de la Fédération Horeca, on va par exemple développer une application smartphone pour la géolocalisation des établissements hôteliers, qui sera présentée au salon Horecatel, du 9 au 13 mars.

Pour ma part, je fais partie d'un groupe d'hôteliers en Europe et nous avons la force d'un groupe coopératif. Nous sommes 550, nous avons un programme de fidélité, un site avec des réservations en ligne...

Les hôteliers craignent-ils Booking.com, et plus particulièrement les commentaires de clients publiés sur son site ?

J'espère que non. Généralement, c'est assez objectif. Malheureusement, il y a des dérives. On dit qu'il faut écrémer, ne pas tenir compte de la cote la plus haute et de la cote la plus basse. C'est aussi au consommateur de faire la part des choses, de pouvoir apprécier ces commentaires.

Ce qui vous a poussé à rompre votre contrat, ce ne sont pas tant les commentaires que la façon dont Booking.com les gère ?

En effet, ce sont plutôt les relations, le dialogue, l'interprétation des règles. Franchement, on se demande si Booking.com est plutôt du côté de l'hôtelier, qui est son partenaire, ou du côté du client.

C'est dur à avaler. L'hôtelier n'a pas l'opportunité de déposer à son tour un commentaire pour nuancer les propos tenus par le client, tant pour le remercier que pour recadrer les choses. Il peut y avoir eu un conflit avec le client, effectivement, parce qu'il n'a pas respecté les règles de l'hôtel ou simplement les règles de savoir-vivre les plus élémentaires.

Or, on se retrouve face à une grosse machine qui ne prend pas le temps de régler le conflit. C'est plus facile pour Booking.com de rester au balcon, et c'est ce que je reproche à ses responsables. C'est un effet pervers qui pénalise

l'hôtelier qui se paie un 2/10 sans pouvoir s'expliquer !

La rupture du contrat s'est-elle faite à l'amiable ?

Oui. Par contre, je suis tenu de respecter toutes les réservations en cours pour les six mois à venir. Maintenant, c'est vrai que Booking.com amène une première fois le client à l'hôtel. À l'hôtelier ensuite de bien garder ses coordonnées, d'enrichir son fichier d'adresses.

Certains professionnels de l'horeca reprochent à Booking.com de cadenasser ces informations ?

Booking.com se protège et sa base de données clientèle, c'est aussi sa richesse. Voilà pourquoi chaque hôtelier doit garder de ses clients une fiche signalétique à jour, dans le respect de la vie privée, bien entendu. Le check out est un moment privilégié dans la relation entre l'hôtelier et le client.

Il faut garder la maîtrise, une indépendance. Sinon, la relation des hôteliers avec Booking.com pourrait devenir comparable à ce qu'ont vécu certains cafetiers devenus dépendants de grosses brasseries ou de multinationales.

Si les commissions versées à ces plateformes vont en augmentant, 15, 25, 30 % et qui sait, 80 % un jour, il arrivera un moment où l'hôtelier deviendra dépendant et ne sera plus chez lui. Ce serait alors comme s'il avait remis les clés de son hôtel. ■

P. C.