

Tensions entre hôteliers et centrales de réservation en ligne

HORECA Devenus tout-puissants, les sites comme Booking.com ou Expedia peuvent de plus en plus dicter leur loi au marché

C'est une relation « amour-haine » qui unit les gérants d'hôtels aux grandes centrales de réservations en ligne. Si les géants du web, Booking.com et Expedia en tête, ont permis aux hôteliers de s'assurer un flux constant de clients venus du monde entier, les « effets pervers », selon les hôteliers, sont loin d'être négligeables.

La puissance des centrales de réservation peut ainsi créer un état de dépendance des hôteliers. « Environ 40 % de mes clients réservent via ces centrales, explique Vincent Fretto, gérant de l'hôtel quatre étoiles Tristar à La Louvière. Je suis relativement épargné dans la mesure où je travaille beaucoup en direct avec des entreprises. Mais chez certains de mes collègues, qui ont plus une clientèle de tourisme, cela peut monter jusqu'à 80 % ». Un apport de client dont les hôteliers ne peuvent pas se passer. « En termes d'occupation, ces sites ont permis de booster la

visibilité de certains hôtels, dit Thierry Neyens, président de FedHoreca Wallonie. Mais cela peut entraîner une perte de valeur du fonds de commerce. Quand vous avez une telle proportion de votre clientèle dans les mains d'un distributeur, votre entreprise ne vaut plus grand-chose. »

Rodolphe Van Weyenbergh, secrétaire général de l'Association des hôtels bruxellois (BHA), rappelle que la dépendance des hôtels vis-à-vis des géants de la réservation en ligne « varie en fonction de leur taille, de leur politique commerciale, ainsi que de leur appartenance à une chaîne ou à un groupe. Mais il est vrai que ces sites sont devenus à la fois omniprésents et incontournables. Ce qui ne veut pas dire qu'il faut tout accepter. Au niveau européen, c'est un dossier que nous suivons pour nous assurer qu'il n'y a pas d'abus de position dominante ». Référencement, commentaires de clients

sujeux à caution, hauteur des commissions, présence d'hébergements « non professionnels » ou de para-hôtellerie... Les sujets de tension sont nombreux. Dont notamment la « parité tarifaire » : en vertu de cette clause contractuelle, l'hôtelier doit s'engager à toujours offrir le meilleur tarif au site de réservation. Interdiction lui est faite de proposer un prix plus avantageux sur son propre site internet, par exemple.

Une alliance pour Mons 2015

« Ce que l'hôtelier peut faire par contre, c'est de vendre un package différent, à un prix plus intéressant », explique Thierry Neyens. Rodolphe Van Weyenbergh conseille d'ailleurs aux clients de ne pas hésiter à s'adresser directement à l'hôtelier au moment de la réservation. « Il obtiendra toujours la meilleure offre, explique le secrétaire général du BHA. Cela com-

prend aussi une attribution différente des chambres. »

« Vivre sans les centrales de réservation, c'est devenu très difficile, constate Thierry Neyens. Mais les hôteliers ont tout à gagner en s'associant pour développer leurs propres centrales de réservation. » C'est ce que les hôteliers de la région de Mons-La Louvière ont fait. « Nous avons profité de l'effet Mons 2015 pour concentrer nos moyens, avec l'aide de nos partenaires touristiques, explique Vincent Fretto. La centrale sera active à partir de septembre 2014. C'est un canal de vente supplémentaire, qui nous permet de dégager des moyens plus importants au niveau des promotions. » Même son de cloche à Bruxelles, où le BHA, VisitBrussels et la chambre de commerce (Beci) ont décidé d'ouvrir aux particuliers le « Brussels booking desk », jusque-là réservé aux voyages de groupe. ■

BERNARD PADOAN

TÉMOIGNAGE

Vivre sans Booking

« C'est mon premier jour sans Booking.com. »

Le président de FedHoreca Wallonie, Thierry Neyens, est aussi un hôtelier : son établissement, l'Hostellerie du Pfeiffeschof, est situé à Arlon. L'homme a donc décidé de se passer des services du leader mondial de la réservation en ligne, qui référence 425.000 hôtels dans 195 pays. Pour Thierry Neyens, la goutte d'eau qui a fait déborder le vase aura été le cas d'un client particulièrement perturbateur, ayant réservé via Booking.com, et qui, trois semaines après son séjour à l'hôtel, a posté un commentaire très critique sur son établissement. « Or le site de



Booking.com ne permet pas aux hôteliers de répondre aux commentaires des clients », déplore-t-il. Une situation qui pourrait changer : dans une lettre adressée à ses clients-hôteliers français (qui sont parmi les plus critiques à l'égard du site), Booking.com a annoncé que ces réponses seraient désormais possibles. Lassé de l'absence de dialogue avec Booking.com, Thierry Neyens a donc mis fin au contrat qui le liait avec la centrale de réservation. « Bien sûr ils m'ont amenés des clients, mais depuis qu'on travaille ensemble, je leur ai quand même laissé 80.000 euros de commissions ». Le pourcentage à verser au site sur chaque réservation peut monter jusqu'à 20 %.

B. P.